

**Panasonic**

台灣 Panasonic 集團  
2021 永續報告書



**Taiwan Panasonic Group**  
Sustainability Report 2021

## 關於本報告書

台灣 Panasonic 集團於 1962 年在台設立，為展現自身在環境 (E)、社會 (S) 及公司治理 (G) 的成果，及作為與利害關係人溝通之管道，特於每年定期編撰永續報告書，持續展現本集團提升永續績效之決心。2021 年度本集團與外部第三方專業機構合作，針對報告書內容進行確信，希望透過第三方的檢視，強化報告書資訊的可信度，並持續提升自身的永續績效。

### 邊界與範疇



本報告書主要範疇涵蓋台灣松下電器股份有限公司於 2021 年度企業永續經營及社會責任實踐績效，包含經濟與財務狀況、環境保護、員工照顧、社會參與等相關數據與資訊，部分數據則是以台灣 Panasonic 集團呈現，若有超出台灣松下電器股份有限公司以外之資訊，皆會敘明

### 報告期間



本報告書揭露 2021 年度 (2021 年 1 月 1 日至 2021 年 12 月 31 日) 台灣松下電器股份有限公司永續績效與成果。考量台灣 Panasonic 集團內部資料蒐集年度為前一年度 4 月 1 日至次年度 3 月 31 日，若遇此情形則於報告書中特別註明資料蒐集期間之相關資訊

### 撰寫指南



本報告書參照「台灣上市公司編製與申報企業社會責任報告書作業辦法」及全球報告倡議組織 (Global Reporting Initiative, GRI) 永續性報告準則 (以下簡稱 GRI Standards) 核心選項編撰，同時呼應聯合國永續發展目標 (SDGs)

### 內部稽核



本報告書的編制過程是由台灣松下電器總經理召開，由集團各單位主管檢視各章節資訊的正確性，並經由經營戰略·公關中心統整後發佈

### 外部確信



本報告書部份績效數據經安永聯合會計師事務所依中華民國確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」進行獨立有限確信 (limited assurance)，確信報告書附於本報告書附錄

### 發行



台灣 Panasonic 集團永續報告書以每年定期出版為原則。前一年度 (2020 年) 報告書於 2021 年 7 月出版發行，本年度發行時間則為 2022 年 7 月。下一期報告書 (2022 年度) 預計於 2023 年發行

### 意見回饋



如對於報告書內容有任何問題，請洽負責單位：  
台灣松下電器股份有限公司 ( 新北市中和區員山路 579 號 )  
經營戰略·公關中心 02-2223-5121#1089  
Webinfo@tw.panasonic.com



更多公開資訊請參見  
台灣 Panasonic 官方網站  
<http://www.panasonic.com/tw/>

# 集團事業領域

## 台灣松下電腦

日本 Panasonic 在海外的 PC 製造事業據點，主要營業項目為工業用或特殊用途之筆記型電腦、平板電腦及其週邊、終端設備或重要配件之製造與銷售

## 台灣松下營造

室內設計・裝修、別墅・個人住宅營造、公寓大廈集合住宅營造、銀髮族住宅營造、飯店・商辦大樓改裝・營造、社區造鎮規畫・施工、合建・都更工程事業

## 松下產業科技

電子零組件與裝置、工廠自動化設備販售暨售後維修服務、協助產業新製程導入及客戶教育訓練

## 台灣松下多層材料

從事多層印刷電路板材料的製造，以 MEGTRON 系列商品與半導體用基板材料的 MEGTRON GX 系列為主要商品，供應世界各地的顧客

## 台灣松下電材

配線器具之開關、插座、漏電斷路器及電子高機能商品等事業的專業製造商，並以「電氣設備綜合資材製造商」的身份，為台灣經濟的發展與業界的繁榮及國產化技術提升作出貢獻



### 台灣松下電器

以國內家電、家電輸出、空調、  
車載等事業領域為推動重點

### 台灣松下銷售

家電、建築設備及系統解決方案的  
銷售，同時也負責銷售端的經  
銷商溝通及售後服務



# 目錄

關於本報告書	01
台灣 Panasonic 集團事業領域	02
目錄	04



松下信念 百年延續	06
台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖	08
經營者的話	10
重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
集團公司亮點績效與成果	16
呼應聯合國永續發展目標	18



1.1 公司治理	23
1.2 誠信經營	27
1.3 資訊安全	30
1.4 數位轉型	32
1.5 創新研究	33



2.1 社會價值鏈	35
2.2 創新服務方案	35
2.3 顧客服務	37
2.4 品質管理	41
2.5 供應商管理	44
2.6 倉儲物流管理	47
2.7 經銷商合作	48



3.1	環境承諾與願景	51
3.2	智慧能效	54
3.3	低碳管理	57
3.4	資源管理	60
3.5	環境法規遵循	62
3.6	氣候變遷風險鑑別與因應	63



4.1	招募與組成	67
4.2	員工溝通與福利	69
4.3	人才發展	73
4.4	安全照護	76
4.5	健康衛生維護	79
4.6	疫情防護	81



5.1	在地社會關懷	83
5.2	文化發展支援	85
5.3	人才發展培育	86
5.4	環境照顧	87

---

附錄一	補充說明	88
附錄二	GRI 準則報告指南揭露項目對照表	89
附錄三	第三方外部保證	94
	編輯委員名單	98

# 松下信念 百年延續

1

## 百年初心，持續創新的承諾

Panasonic 創業者松下幸之助先生希望透過促進電器普及化以提高日本家戶的生活水平，於 1918 年創立了松下電氣器具製作所。在不斷地創新與研發技術下，跟隨時代脈動持續拓展新局，Panasonic 提供從消費性電子產品到工業設備、建築用品與居家住宅等多樣化的產品、系統和服務，成為世界領先的電子工業製造商之一。

「貫徹為產業人的本分，圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」是 Panasonic 集團的事業目的及存在的理由。松下幸之助先生於 1929 年制定企業綱領與信條，1933 年提出了應遵奉的七大精神：「產業報國」、「光明正大」、「和衷共濟」、「力爭向上」、「禮節謙讓」、「遵循法則」以及「造福社會」為根基，並將其視為從上游到下游價值鏈上所有營運活動的根本。此後，全球各營運據點一直以此理念結合價值鏈經營，開展各項事業，直至今日仍體現於我們的營運中，正是這樣的精神與理念，為 Panasonic 的百年發展奠定堅實的基礎。

### 綱領

貫徹為產業人的本分，圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展

綱領  
營利ト社會正義調和念慮シ  
國家産業ノ發達ヲ圖リ社會  
生活ノ改善ト向上ヲ期ス

### 信條

向上發展，如非得到大家的同心協力，殊難實現，大家要以至誠為旨，團結一致服務為上

信條  
向上發展ハ各負ノ和親協力ヲ  
得ルニアラハ難シ各負自我ヲ捨  
テ互讓ノ精神ヲ以テ致協力店  
務ニ服スルコト



## 在地深耕

Panasonic 集團於 1962 年來台設立第一個生產據點，就位在新北市中和區員山路 579 號，至本年度邁入第 60 年。台灣 Panasonic 集團目前包含七家公司，以 Panasonic 全球事業體的消費性電子產品、居家、汽車、物聯、機電解決方案等服務為基礎，向著人類更好生活的方面提供創新與前瞻的服務。

為所有人帶來舒適、安心生活的生產是 Panasonic 的崇高使命，松下幸之助先生的管理哲學認為企業的不獲利是一項罪惡，違背社會及員工的託付。如今，隨著全球永續經營與創新發展的趨勢日益蓬勃，台灣 Panasonic 集團也在松下幸之助先生的思想下，不斷提出嶄新的各種智慧生活解決方案，也時刻將初衷與品牌核心理念謹記於心，在追求企業長遠且永續發展的同時，致力於帶給社會更好的商品及舒適的生活。

台灣 Panasonic 集團創立至今也不間斷地貢獻社會、投注在地資源，藉由與台灣在地的產、官、學合作，在技術發展、人才培育、環境保護及社會關懷上，皆有深植人心的優良實績，為所有相關的利害關係人帶來實質的影響力。



Panasonic 發展史



## 2

## 台灣 Panasonic 集團永續願景與藍圖

## 永續傳承

## 實踐經營哲學

「現下關於『社會責任』的探討繁多，儘管這個概念的意涵，可能會因為特定時期的社會條件而相當廣泛，但無論任何時代，一家公司的基本社會責任，都應該是透過業務活動來改善社會。基於這樣的使命感來從事所有商業活動，是非常重要的事。」

Panasonic Corporation 創辦人  
松下幸之助



松下幸之助先生的創業初心為「承諾創造更美好的生活，為全世界人們的幸福和社會的發展，以及地球的未來不斷做出貢獻」，他認為企業不屬於個人，經營一間企業，所包含的資源、人力、財力與商品，皆來自社會，集團也將「企業就是社會的公器」的觀念深植於心。

台灣 Panasonic 集團也以日本集團推動架構的七精神與松下幸之助先生的五大核心價值為基礎，設定公司的永續理念藍圖，整合台灣 Panasonic 集團公司的資源，期望透過在產品技術發展、人才養成培育、環境保護、社會關懷貢獻等多個面向上的持續投入，從各個層面建構與在地社會的密切連結，擴大自身的企業影響力。我們承諾將從多個面向提升人們的生活品質，以「Live Your Best」為口號，開啟下一個百年的新里程。

自 1962 年台灣松下電器成立起，台灣 Panasonic 集團深耕台灣一甲子，60 年來與台灣社會共同成長，我們經過多年環境保護與社會關懷相關活動落實我們的 CSR 理念並打下基礎，並自 2015 年起結合品牌價值與永續經營，深化在地投入與貢獻，期望透過更多元的合作實踐企業的永續目標與願景。

## 2022 年—2024 年永續活動方針

致力於實現每個人都能活出自我、充滿活力的可持續共生社會  
為社會創造「良好的循環」



建立與各利害關係人之間  
良好的互動關係

透過彼此的關係達到互相  
提升的相乘作用

透過彼此影響建立良好的  
互惠循環



企業社會責任網

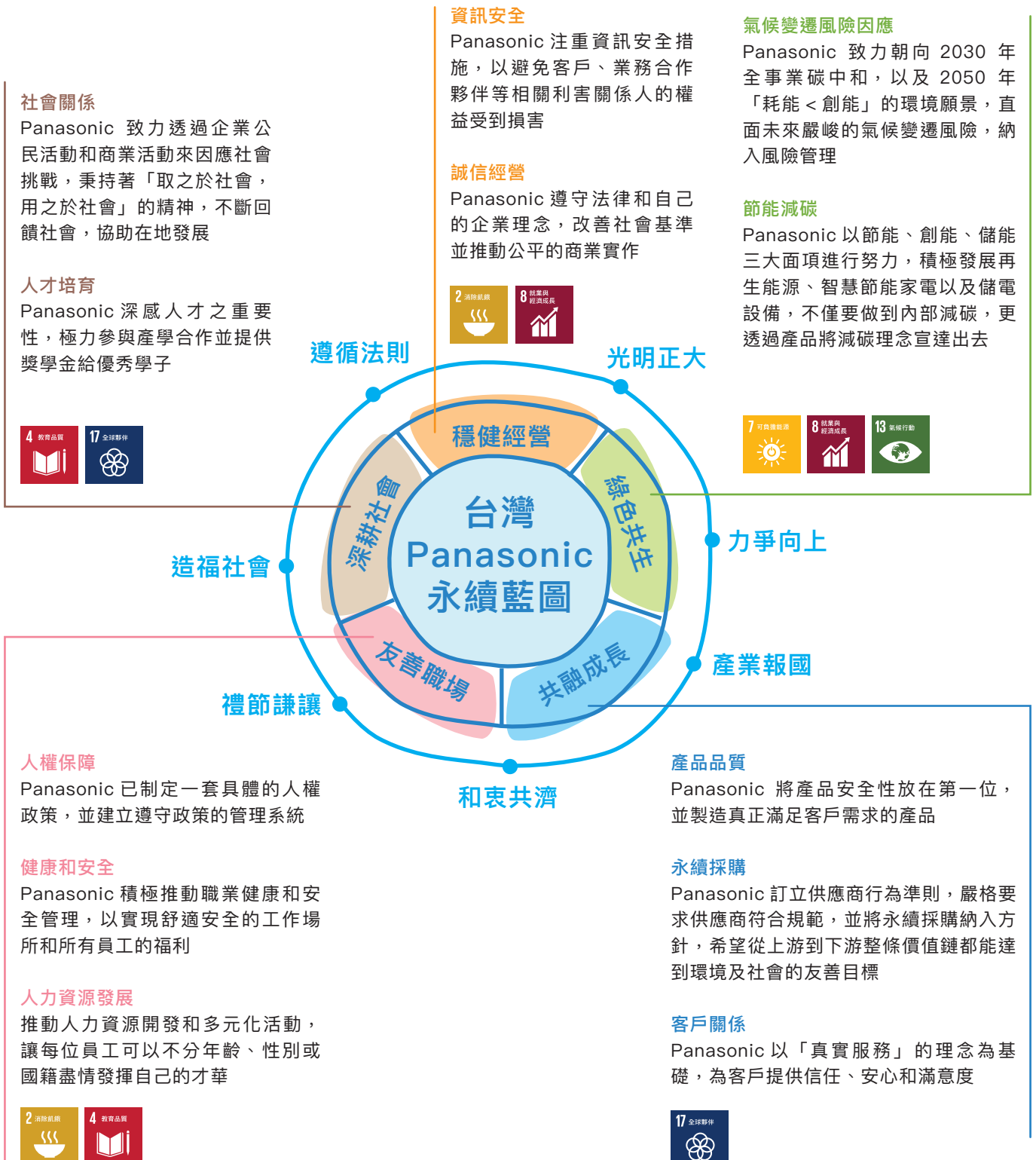


全球永續行動

## 永續理念與藍圖

企業的成長，必須在公司本身、社會與環境永續的前提下才能持續，台灣 Panasonic 集團以七大精神，並整合台灣各公司的投入與信念，訂定五大主軸的永續發展投入方向：「穩健經營」、「共融成長」、「綠色共生」、「友善職場」，以及「深耕社會」，並將以此五大主軸持續耕耘公司的永續經營。

透過各面向的持續投入，台灣 Panasonic 集團的努力與堅持不僅僅體現在以高科技製造高品質產品和服務，也體現在環境管理、遵紀守法、資訊安全的基本要求上。同時，我們的事業始終以「人」為本，致力打造保障員工人權、多元自由的工作環境，以期許最大發揮員工自身能力，使集團不斷進步。



## 3

## 經營者的話

## Live Your Best

Panasonic 集團來台灣設立生產據點滿一甲子，秉持「Live Your Best」的品牌願景，在過去歷程中，不斷堅持「向新事業發起挑戰」，提供給人們最好的生活環境。我們也始終秉持創業者松下幸之助先生的理念—「貫徹為產業人的本分，圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」，提供受到客戶喜愛的高品質產品與服務。

從家電商品製造起步，百年來隨著時代和科技智能化的革新，我們不斷為生活拓展更多可能性，透過集團跨領域專業優勢的整合，打造各種場域的全方位解決方案。在現代社會的急遽變化下，無論是政治、經濟、社會、科技各層面都受到莫大的挑戰。然而，對於 Panasonic 集團來說這不僅僅只是挑戰，更是推動集團進步的重要動力。從數位科技引領下的大時代變遷、日益增長的環保意識和全球相關法規、以及創新的商業模式及產品服務需求，我們追求的不僅僅只是在社會的要求下進步的過程，更是成為超越業界引領未來人們享受數位、永續及穩定生活的重要開拓者。

### 機會一、疫情下的數位轉型趨勢

在疫情的衝擊下，數位轉型的趨勢也不斷的在上升，雲端科技的應用更是在近年來被視為首要企業發展方針。台灣 Panasonic 集團早在多年前便開始佈署數位轉型的計畫，改善內部的作業流程，提升外部的多元數位管道。疫情期間，更是加強線上各項服務的利用，減少員工的實體接觸機會，落實營運持續管理。此外，我們也抓緊機會，看準 5G 為市場上的藍海，積極發展 5G 專網科技及人工智慧 IoT 的應用。2021 年為台灣 Panasonic 集團重要革新的一大步，透過成立 5G 新事業推進室，我們不僅開發了全台灣第一個業者自建的 5G 專網架設服務，也以 AIoT 就揀料、作業、品管、運輸上解放人力、提升工廠生產的效率。未來，台灣 Panasonic 集團將持續抓緊每一個機會，積極開發最新科技，從內部及外部分別作出數位化的革新以幫助人們生活及工作上能夠享有更便利的環境。

## 機會二、氣候變遷下的企業應對

近年來，隨著極端氣候變遷愈發劇烈，如何控制在天氣影響下帶來的實體風險以及在趨勢下行伸出的各項轉型風險已經成為了所有企業需要面臨的重大議題。呼應 Panasonic 集團推出的 Green Impact 環境概念，希望能以集團事業帶動整體社會的綠色生活發展，實踐全事業達到「2030年碳中和」的目標與「2050年耗能<創能」的集團環境願景；我們並與母公司商討推行 2019-2021 的三年綠色行動計畫。2021 年，我們不僅導入了 TCFD 氣候變遷風險的四大評估面向，並就各項風險提出了管理方法及短、中、長期目標，為了推動集團內部對應方案的運行，更是成立了 GX 推進室，下轄供應鏈管理、物流運輸管理、再生能源管理、營運節能管理以及節能商品開發管理五個小組。近年來，我們的團隊也取得了出色的結果，就節能、創能、儲能上皆開發出了高效率的商品和解決方案，攜手與客戶打造全面淨零碳排的綠色社會。

## 機會三、創新商業模式及產品服務需求

現代的社會越來越趨於多元發展，除了個人能力的要求提升外，企業也要求能夠享有多元化的商業解決方案。台灣 Panasonic 集團意識到這樣的趨勢，在 2020 年將松下銷售的四大通路—家電、建築、商用設備及系統解決方案整併成單一銷售公司，並集結於新設立的銷售據點，期望能夠透過部門的整合，提高跨領域的溝通，並互補各銷售通路之優缺點，提升整體市場之銷售額。在 2021 年，台灣松下電器集團的整體營業額也連續 7 年達到兩位數的成長，並透過多方銷售體系的整合，提供給顧客在生產、物流、交通、媒體、能源等的創新解決方案，以及在智慧化、防疫健康、居家整合的優秀產品。我們將會持續以打造輕鬆的全新社會為己任，持續開發不同的創新產品和解決方案。

台灣 Panasonic 集團在台已成立 60 週年，在一甲子的歲月當中，我們不斷創新、不斷敦促自己為社會盡上一份心力。未來，我們期許能持續經營在地化深耕這片土地，結合從 Panasonic 集團而來的先進技術，與台灣的產、官、學界積極合作，並持續擴張海外事業之發展。無論是往後五十或是一百年，都期許能持續為台灣這片土地善盡社會責任，於台灣深耕經營，為國家與消費者盡一己之力。



Panasonic 集團中國·東北亞  
台灣地區統括本部 總責任者  
台灣松下電器股份有限公司 / 總經理  
台灣松下銷售股份有限公司 / 董事長

林 淵 偉

## 4

## 重大議題鑑別與利害關係人溝通

本報告書之主要利害關係人為台灣 Panasonic 集團參考 AA1000 SES 利害關係人議合標準並經由內部及外部顧問討論後鑑別之結果，主要利害關係人為員工、供應商、學校與學生、企業客戶與一般消費者、政府機關、媒體、經銷商和公協會、非營利組織與鄰近社區等。重大議題問卷則是以 GRI 準則主題與全球 Panasonic 集團之發展目標、同產業以及台灣 Panasonic 集團之關注議題，彙整 28 項永續發展議題製成評估問卷。經分析與整合共辨識 10 項重大議題，其中由於在分數前 10 項中皆無環境、社會、公司治理三大面向中的社會相關議題，因此為突顯台灣 Panasonic 集團於各層面之重視，本報告提取社會層面中分數最高的「職業安全衛生管理」取代為第 10 項重大議題。

## 重大議題分析流程

## 利害關係人關注議題調查

- 向利害關係人發放「關注議題評估問卷」
- 回收 142 份利害關係人
- 經檢視後無發現無效問卷

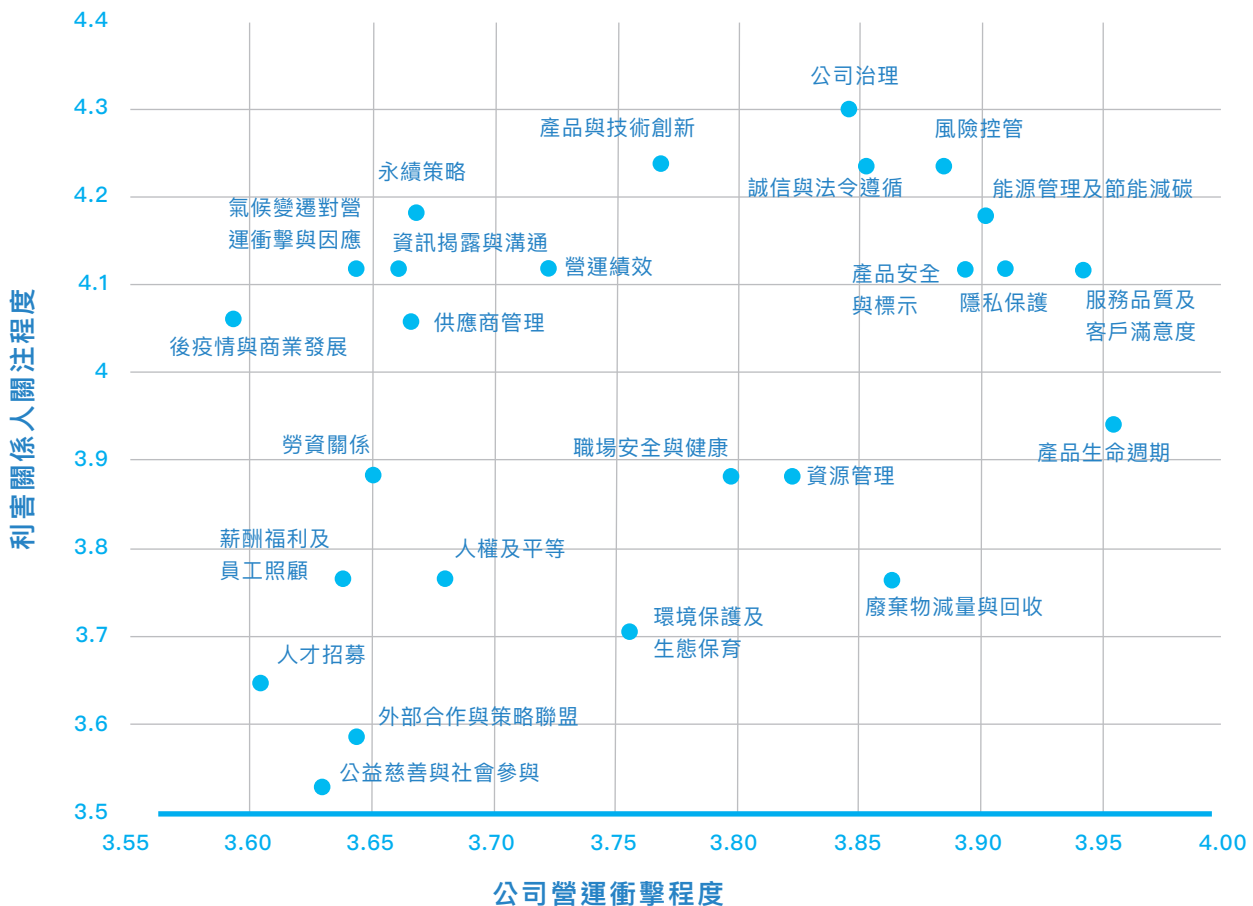
## 營運衝擊程度分析

- 由台灣 Panasonic 集團高階主管填寫「衝擊議題評估問卷」
- 回收 17 位高階主管填寫之有效問卷

## 重大議題分析

- 彙整問卷分析結果
- 繪製重大議題矩陣

## 台灣 Panasonic 集團重大主題矩陣



## 利害關係人溝通情形

利害關係人	對松下的意義	議合管道	前三大關心議題	松下的回應
員工	承續創辦人松下幸之助先生所言，台灣 Panasonic 是培育人的集團，傾聽員工的心聲是我們重要的責任	1. 部門懇談會 2. EOS 員工意見調查 3. 總經理信箱 4. 工會 5. 勞資會議	1. 誠信與法令遵循 2. 公司治理 3. 風險控管	1. 2021 年提供員工共 27 小時法規遵循教育訓練 2. 將勞動安全、勞動條件與人權等納入風險管理議題
供應商	供應商為台灣 Panasonic 集團維持產品品質與服務之重要後援，也是台灣 Panasonic 集團期望共存共榮之重要夥伴	1. 供應商大會 2. 松榮會	1. 服務品質及客戶滿意度 2. 產品安全與標示 3. 隱私保護	1. 制定 Panasonic「供應鏈 CSR 推進準則」提供供應商明確規範項目 2. 建立良好資訊安全體系，取得 ISO 27001 認證
學校與學生	台灣 Panasonic 集團積極與學校進行產學合作，提供實習管道，為台灣社會培育人才盡一份心力	1. 學生競賽 2. 產學合作 3. 信箱聯絡	1. 資源管理 2. 環境保護及生態保育 3. 廢棄物減量與回收	1. 每年皆舉辦環境保護相關活動或講座提高社區環保意識 2. 集團內部積極做好資源管理，2021 年共回收事業廢棄物 1,591 公噸
客戶與消費者	客戶與消費者是產品與服務的使用者，我們持續溝通以理解客戶與消費者的感受並做為台灣 Panasonic 集團持續進步成長之良方	1. 客服專線 2. 多媒體溝通管道	1. 服務品質及客戶滿意度 2. 產品生命週期 3. 產品安全與標示	1. 建立官網文字客服，提供多元溝通管道 2. 透過商品創意中心，持續優化、改善產品問題；並透過技術本部不斷研發，降低產品生命週期
政府機關	台灣 Panasonic 集團遵循政府機關相關政策與法令，少有違規之情形，希望持續維持優良企業之形象	1. 公司官網	1. 誠信與法令遵循 2. 資訊揭露與溝通 3. 能源管理及節能減碳	1. 2021 年導入 TCFD 準則，揭露氣候變遷風險資訊於報告書 2. 2021 年違法事件 0 次 3. Panasonic 環境願景 2050 年「耗能 < 創能」
媒體	媒體單位為台灣 Panasonic 集團對社會大眾之重要溝通管道，我們期望與媒體單位保持良好溝通，有效率地將訊息傳遞給利害關係人	1. 產品發表會 2. 公司官網	1. 廢棄物減量與回收 2. 資訊揭露與溝通 3. 公益慈善與社會參與	1. 將公司相關公益參與及 ESG 相關活動揭露於公司官網 2. 2021 年發生環境汙染違規事件 0 件
經銷商	經銷商為台灣 Panasonic 集團立足台灣各縣市之重要銷售合作夥伴，更是台灣 Panasonic 集團獲取市場意見之重要管道	1. 經銷商大會 2. 松誼會	1. 公司治理 2. 能源管理及節能減碳 3. 服務品質及客戶滿意度	1. 全力推動節能減碳，完善治理組織，成立 GX 推進室推動綠色轉型 2. 2021 年共舉辦 9 場經銷商交流活動，分享相關知識，確保提供給消費者最好的服務品質
公協會、非營利組織與鄰近社區	公協會與非營利組織為重要的第三方意見來源，鄰近社區更是台灣 Panasonic 集團創造社會正面效益時重要的合作夥伴	1. 社區服務 2. 募捐與志工活動	1. 服務品質及客戶滿意度 2. 產品安全與標示 3. 能源管理及節能減碳	1. 向心路基金會、喜憨兒基金會等採購公益商品 2. 舉辦環境教育親子講座活動，與當地社區居民一同照顧環境

## 重大議題說明

主題	議題面相	對應 GRI		衝擊範圍 2			對台灣 Panasonic 集團之意義	2021 年實績與具體專案
		編號	主題	上游	組織內	下游		
公司治理	G	102 103	一般揭露管理方針	☑	☑	☑	深信完善的公司治理系統是奠定企業營運的基石。百年來不斷優化管理效能並積極落實企業永續責任，將全球 Panasonic 的集團文化深植於全體員工，成就一甲子的健全治理	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事會董事出席率 100%</li> <li>成立 GX 推進室及 5G 新事業推進室，強化集團內部綠色和數位轉型的治理</li> </ul>
風險控管	G	無對應 GRI 指標	自訂主題	☑	☑	☑	台灣 Panasonic 集團奉永續經營為宗旨，因此我們透過鑑別營運攸關之內外部潛藏風險、分析與評估短、中長期衝擊，落實風險控管以達營運持續管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>風險評估達成率 100%</li> <li>將 TCFD 納入集團風險評估架構，強化氣候變遷風險鑑別</li> </ul>
誠信與法令遵循	G	205	反貪腐	☑	☑	☑	Panasonic 集團秉持著創業者松下幸之助先生「遵循社會正義，與社會共命運」的經營理念，以遵守當地法律及尊重社會習俗作為公司基本行為準則	<ul style="list-style-type: none"> <li>違法事件次數 0 件</li> <li>昇格人員遵紀守法教育訓練參與人次 209 人</li> <li>合規 / 遵紀守法研修會參與人次 1,219 人</li> </ul>
能源管理及節能減碳	E	302	能源		☑		為實現 2030 年碳中和之願景及長期環境願景 2050 「耗能 < 創能」之目標，台灣 Panasonic 集團極力於內部的能源管理，並力行節能減碳的專案	<ul style="list-style-type: none"> <li>因產能增加，2021 年較 2020 年用電量增加 3.53%</li> </ul>
服務品質及顧客滿意度	S	無對應 GRI 指標	自訂主題		☑	☑	創業者松下幸之助先生曾經說過「服務是作為生意人的一種義務」，因此，台灣 Panasonic 集團致力於做好顧客服務，從商品開發、顧客購買，一直到售後服務，皆環環相扣，並積極改善服務體驗，提升顧客滿意度	<ul style="list-style-type: none"> <li>消費者滿意度調查達 92.71 分</li> <li>年度辦理維修及服務人員教育訓練共 2,118 小時</li> </ul>
隱私保護	G	418	客戶隱私	☑	☑	☑	深知保護個人資訊及其客戶所委託之資訊的重要性，因此極重視各類型資訊的價值與安全，盡心做好資安管理	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續通過松下電器、松下電腦、松下銷售及松下產業科技 ISO 27001 認證的審查</li> <li>2021 年顧客投訴隱私洩漏案件 0 件</li> </ul>
產品安全與標示	S	417	行銷與標示	☑	☑	☑	確保產品擁有穩定的高品質是立社精神與使命，也是公司營運的核心目標。致力於提供良好的產品，以滿足客戶的需求	<ul style="list-style-type: none"> <li>重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次</li> <li>品質損失金額率達成目標 0.3% 以下</li> </ul>
產品與技術創新	S	無對應 GRI 指標	自訂主題	☑	☑	☑	為了讓顧客在最舒適的環境下使用產品，並進一步達到節能減碳目標，產品與技術創新是必然的過程。透過不斷的創新開發研究，希望能持續的發掘集團的可能性，朝向永續的未來	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立 5G 新事業推進室，專職於 5G 專網應用 B2B 事業開發</li> <li>台南沙崙智慧實驗城合作專案</li> <li>發展 n79 5G 專網獨立組網系統</li> <li>開發 MR 作業指引及 AI 作業結果辨識軟體</li> <li>開發 AMR 無軌道式智慧物流系統</li> </ul>
產品生命週期	E	無對應 GRI 指標	自訂主題	☑	☑	☑	為實現 2030 年碳中和之願景及長期環境願景 2050 「耗能 < 創能」之目標，在產品設計不斷精進，考量循環再生性並持續回收再利用，致力達成與環境之共榮共存	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般事業廢棄物再利用、回收及再生使用比例為 6.10%</li> <li>除掩埋外於可再利用、回收及再生使用之資源實際化率達 100%</li> </ul>
職場安全與健康	S	403	職業安全與衛生		☑		基於「對人尊重」的精神，致力改善職場環境，並設立健全的員工健康照護措施，提供有益身心健康的舒適工作環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>職業安全相關教育訓練參與人次 45 人</li> <li>廠區作業危害風險全面檢視共 9 場</li> <li>新增工安漏電檢測及維護設備</li> <li>健康關懷措施使用人次 12,485 人</li> </ul>

註 1：GRI 索引表請詳本報告書附錄註 2：衝擊範圍為重大主題的主題邊界，本表主要係依 GRI Standards 規定描述重大主題的衝擊範圍以及組織與這些衝擊的關聯。組織與衝擊的關聯分為三個涉入程度：組織是否直接造成此衝擊、或促成衝擊、或透過其商業關係與此衝擊有直接關聯。衝擊範圍在組織內的主題主要為台灣松下直接造成之衝擊（如員工與產品服務相關主題），而衝擊範圍為組織外的主題，台灣 Panasonic 集團主要透過商業關係而與此衝擊有關聯（如客戶、供應鏈相關主題），另外台灣松下則多與主管機關間促成或法遵與誠信經營相關之衝擊

策略管理方針	目標			回應章節
	2022 年目標	短期目標 (1~3 年)	長期目標 (3~10 年)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>設多個功能性委員會，根據營運目標優化治理組織</li> <li>定期召開營運會議</li> </ul>	維持董事會及功能性委員會之運行，確保董事出席率 100%	強化公司組織之管理及監督職能	透過董事會及功能性委員會深化公司治理及企業永續文化	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>設有經營風險管理本部進行管理</li> <li>定期針對營運各面向進行風險鑑別與衝擊評估</li> </ul>	風險評估達成率達 100%	根據現行評估風險及管理之流程架構，優化資源配置之適當性及即時性	擴大風險辨識範圍，強化與完備不同情境之下組織的應變能力	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>定期舉辦法令遵循教育訓練</li> <li>建立官方網站熱線通報機制</li> </ul>	年度違法事件次數 0 件	關注國內外法規變化，並透過教育訓練傳達法規遵循事項與倫理誠信等概念，以確保公司所有員工具備法遵意識	透過定期召開會議與內部討論，適當修訂公司規章及準則，並針對客戶、合作夥伴及員工等不同面向，訂定個別倫理誠信章程	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>以 GX 推進室進行價值鏈上各項節能減碳的推進</li> <li>配合全球 Panasonic 集團，每三年進行檢討並規劃未來年度計畫</li> </ul>	用電量較前一年度降低 1.5%；節電量為前一年度用電量 2% 以上	至 2025 年前，用電量較前一年度降低 1.5%；節電量為前一年度用電量 2% 以上	2030 年前達成全事業碳中和；2050 年達成全球 Panasonic 環境願景「耗能 < 創能」	Ch3
<ul style="list-style-type: none"> <li>成立「商品創意中心」進行管理</li> <li>定期進行顧客滿意度調查並檢討</li> <li>建立售後服務處理 SOP，確保服務品質</li> </ul>	持續加強服務品質，提升顧客滿意度	持續優化客服人員及維修人員的教育訓練，並設置線上自助語音 ASR 以及 LINE/ 官網文字客服，以提供消費者更好的服務體驗	增加智能客服以及社群媒體使用比例，主動與客戶溝通並提升服務品質	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>落實資安管理制度</li> <li>定期進行資安模擬訓練</li> </ul>	年度收穫顧客投訴隱私洩漏案件 0 件	提升員工資訊安全意識，APT 模擬訓練誤擊率下降至年平均 12%	持續擴大 ISO 27001 的認證到整個集團	Ch1
<ul style="list-style-type: none"> <li>建立品質管理 SOP，並以系統進行管理</li> <li>定期提供除員工外，經銷商、委外廠商等品質管理教育訓練</li> </ul>	重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次 集團品質損失金額率 (%) 0.3% 以下	市場重大品質不良事件 0 發生	精進品質管理措施，完善優化品質管理系統，確保無品質造成的任何問題	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>設有技術本部進行產品的開發管理</li> <li>設有 5G 新事業推進室，推動 5G 應用整合開發</li> </ul>	持續開發新技術，把握 5G 趨勢及集團優勢獲取新專利	提供創新整合服務銷售，並將技術擴大應用至製造、物流領域、醫療場域等的實證實驗與銷售	透過對製造業的銷售，提升製造業生產價值；透過醫療市場銷售，降低醫護人員體力腦力負擔，提升醫療品質，以及透過物流業銷售，降低物流成本，提升物流作業效率	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>GX 推進室下轄節能商品開發小組進行節能產品的開發管理</li> <li>明確制定資源管理相關辦法，針對水質處理流程、水質處理設備維護、廢水、廢棄物等訂立管制程序</li> </ul>	資源再利用率達 100%	提供供應商相關教育訓練，將資源再利用之理念推廣至供應商	達成供應商共同響應資源再利用率達 100%	Ch2
<ul style="list-style-type: none"> <li>設有安全衛生與環境保護委員會進行管理</li> <li>訂立安全健康行動管理方針</li> </ul>	提升風險評估執行效率	廠區安全檢查強化	實現長期零風險及災害	Ch4



## 5

## 集團公司亮點績效與成果



## 台灣松下電器

產品：生活家電、影音及通訊產品致力於提供受到顧客喜愛的產品，透過開發技術、產品、服務豐富人們的生活

- 台灣松下電器集團營業額連續 7 年創下歷史新高，整體銷售達 464 億元
- 2021 年讀者文摘「信譽品牌」調查中奪下 5 座白金獎和 8 座金獎
- 成立台灣松下 GX 推進室，以 5 個小組進行價值鏈的能源管理
- 榮獲 2021 年經濟部 IPO 綠色系統夥伴獎
- 連續 34 年提供獎學金，2021 年度共提供 120 萬給台灣優秀學子
- 支持在地人才發展，除捐贈家電實習器材，同時也建立產學合作計畫

## 台灣松下多層材料

產品：多層印刷電路板及輔助材料，往來客戶多為國內知名之印刷電路板業者，海外客戶分佈於世界各地

- Panasonic 東北亞 2021 年度環境友善表彰
- 榮獲 2021 年度新竹縣「推動環境友善企業 - 環保車隊」殊榮
- 定期召開 ZD 零災害小組活動，提升職業安全意識
- 舉辦 5 場親子環境活動，守護在地環境

## 台灣松下電材

產品：配線器具之開關、插座、漏電斷路器及電子高機能商品等事業的專業製造商，並以「電氣設備綜合資材製造商」的身份，為台灣經濟的發展與業界的繁榮及國產化技術提升作出貢獻

- 重視高危險工作的職業安全，2021 年度捐款給在地義工消防隊
- 替換高耗能設備及改善製程，2021 年度減碳共 94.28 公噸
- 熱心公益，邀請身障者到市集擺攤，並捐鞋至非洲幫助當地居民

## 台灣松下電腦

產品：工業用或特殊用途之筆記型電腦、平板電腦及其週邊產品，主要販賣對象以政府組織及警察、汽車車廠、電信、軍事等特殊業界的歐美市場為主

- 取得 ISO27001，對於資訊安全高度重視
- 與心路基金會合作採購 13.5 萬元的員工聖誕小禮物
- 持續更換變頻空調進行節能減碳，較 2020 年度減少碳排放量 **235** 公噸

## 台灣松下銷售

販售產品：家電、建築、系統解決方案等，負責在台灣商品之販賣及售後服務業務，是一家結合販賣和服務為一體的公司

- 榮獲 2021 年度讀者文摘「家電售後服務與直營維修中心」金獎
- 透過 E-learning 及舉辦活動，提供經銷商與供應商完善的教育訓練
- 致力於改善顧客服務，消費者滿意度 **92.71** 分
- 透過新商品發表研習會，宣揚松下的永續承諾與理念
- 推出多項領域的商用解決方案，協助顧客解決問題
- 東森 ETtoday 企業聲望調查最佳人氣獎、最佳品牌獎、永續經營獎

## 松下產業科技

服務項目：引進最新科技商品，提供台灣電子、電機產業之製造商，積極培養國際性專業人才，促進台灣產業升級

- 組織扁平化與事業部對應更有效率
- 重視員工健康，舉辦 Bike 106km Training
- 強化主管策略分析能力，舉辦進階決策管理課程
- 與家樂福、佳世達建立儲能合作計畫，協助兩家公司節省 2~3% 電費

## 台灣松下營造

販售產品：以住宅事業、資產活用事業及改裝事業為主力發展項目，以尖端的先進技術不斷地深入觀察台灣生活，為大家提供健康舒適的居家環境

- 成立優工會促進承攬商溝通以期實踐 **0** 事故現場
- 注力於開發醫療機構、商辦、飯店等建案，提升在地生活機能
- 投入大量金額對抗疫情，購買快篩試劑並做環境消毒

## 6

## 呼應聯合國永續發展目標

台灣 Panasonic 集團為善盡全球企業公民責任，致力於永續、節能、濟貧與創造良好的工作環境，同時提升就業與經濟成長，我們將企業經營理念與聯合國 17 項永續發展目標（Sustainable Development Goals, SDGs）做連結，貫徹「圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」之經營理念為承諾，積極回應其中的 13 項 SDGs，期望由內而外，將 CSR 行動連結企業策略並推動相關專案，為全球永續發展目標做出積極貢獻。

## 台灣 Panasonic 集團 2021 年績效

## 1 消除貧窮



- 與「有情有疼心ㄟ厝」計畫合作，捐贈家電，改善東奧國手的家庭環境
- 與行政院合作執行「班班有冷氣」計畫，讓偏鄉小學也能享有舒適環境

## 3 健康與福祉



- 每年定期舉辦健康促進活動與講座
- 定期進行職場環境檢測，針對相關危害制定改善計畫

## 4 教育品質



- 針對各級人員制定嚴謹的職涯管理與完整教育訓練體制，持續提升員工能力與競爭力，也確保新進人員皆能快速銜接工作
- 連續 34 年提供台灣 Panasonic 集團獎學金給優秀學子，並推動高潛力人才專案，提拔青年人才
- 每年捐贈 200 萬新台幣以上的家電實習器材予高工職校，培育家電專業人才

## 5 性別平等



- 提倡職場多元化，不因種族、膚色、性別、語言、宗教、政治或其他見解、國籍或社會出身、財產、出生或其他身分而有所區別
- 公司內部提供多元性別職場環境，設有哺乳室，讓有需求同仁皆能安心哺乳

## 6 淨水與衛生



- 持續監控廢水排放量，定期委託第三方公正單位協助進行水質檢測
- 排放水質之生化需氧量（BOD）、化學需氧量（COD）以及懸浮固體（SS）皆處於合規標準之內
- 導入回收水處理系統，並加強檢漏，有效管理降低用量減少浪費

## 7 可負擔能源



- 配合母公司 2030 年全事業碳中和，廠區設備汰舊換新，新增智慧電表監控能源使用狀況
- 與大台北瓦斯公司合作，推廣瓦斯空調減少能源耗損
- 透過台南沙崙科學實驗城，導入系統實驗實證以節能、創能、儲能為核心發展的淨零碳排生活，並與工研院合作設置智慧居家實證屋，進一步探討節能議題

8 就業與  
經濟成長

- 2021 年在讀者文摘「信譽品牌」奪下 5 座白金獎和 8 座金獎，成為家電業的最大贏家，累計獲獎總數更高達 133 項
- 定期對經銷商召開講座與研修，提供最新產品資訊、市場動向、品質回饋等訊息

9 工業、創新  
基礎建設

- 發展 B2C 和 B2B 事業，以創新整合的解決方案提供客戶最新的產品研發技術
- 成立 5G 新事業推進室，積極發展 5G 專網建置，開發台灣第一座純國產、業者自建、商業化且具備執照的 5G 專網獨立系統；另也結合 IoT 技術，應用於智慧製造、物流、通訊等多元產品服務開發

11 永續城鄉



- 開發 SUMAie 智慧家居系統、研發 IAQ 智慧空氣品質系統、智慧節能科技、AI 控頻晶片、直流變頻馬達等節能家電科技
- 引進 Panasonic 集團藤澤永續發展城市的經驗，與台南市政府合作推動智慧低碳宜居城市，建置台南沙崙科學實驗城實證宅

12 負責任的生  
產消費循環

- 制定永續採購方針，並定期進行供應商管理及評估，確保所有採購皆符合經濟、社會及環境各層面的要求
- 改善廠區內設備，推動綠色生產；積極開發智慧節能家電，提高產品節能效率

13 氣候行動



- 成立 GX 推進室，從產業上游到下游各環節積極推動碳中和，響應集團 2030 年的碳中和目標
- 中和廠區導入高效能空污防制設備，減少 VOCs 排放量、廢氣中污染物

16 公平、正義  
與和平

- 訂定「Panasonic 行為準則」和「台灣地區反賄賂及反腐敗規程」
- 提供工作機會給身障者 / 弱勢族群，重視職場多元平等
- 設置專線 / 信箱 / 員工意見調查及法規教育訓練，提供員工順暢的溝通管道

17 全球夥伴



- 積極推動產、官、學界合作，與多元夥伴建立合作關係開發創新技術及服務方案
- 參與相關同業公會，提供專業知識，分享產業最新趨勢，並協助制訂智慧家電的規格

## 7

## 一甲子的信念：團結一心，邁步永續

台灣 Panasonic 集團在地深耕已滿一甲子，在堅持著服務品質及社會回饋的理念下，多年來透過自身產品核心出發，致力於經濟、環境、社會各面向的發展，以回應這塊土地的期許。

為慶祝成立一甲子，特地舉辦社內 60 週年 LOGO 紀念創作大賽。該活動於 2021 年 12 月募集員工創意，引發內部極大回響，共徵得 57 件參賽作品，最終透過員工投票及經營幹部進行決選後，60 週年 Logo 正式投入各項活動中。



一甲子陪伴，共創美好台灣

60 一甲子 + 團結同心協力 + 燈泡燈座 燈泡形象

邁入 60 年一甲子的時光，60 週年裡圓與圓，意象為在這個大家庭，大家心手相連一起扶持成長，團結一心同心協力，上方的圓環籠罩，代表燈泡的形象，松下幸之助創立之初做的是電燈燈座，延續松下幸之助的精神，致力於實踐公司的經營理念，全力朝向社會課題解決方案的企業。顏色使用 Panasonic blue，邁向永續經營，再加入漸層色的淺藍，擁有科技感的淺藍，創造未來智慧的美好生活。

## 8

## 抗疫戰士：防疫先驅，營運持續

面對 2021 年台灣的新冠肺炎疫情，台灣 Panasonic 集團沉著應對，藉由營運管理、產品研發及防疫捐贈等方式，聯手醫護人員及集團員工共同對抗疫情。

1

## 營運持續管理

台灣 Panasonic 集團設有危機管理委員會，並且針對個別重大影響集團營運事件設定應對措施，其中針對防疫的作為包含內部消毒、進出入管理、員工快篩等等



2

## 防疫產品研發

台灣 Panasonic 集團發揮自身專長，打造 nanoe X 空氣清淨機，經實驗證實能有效抑制 99.99% 的新冠肺炎病毒



3

## 防疫捐贈支持

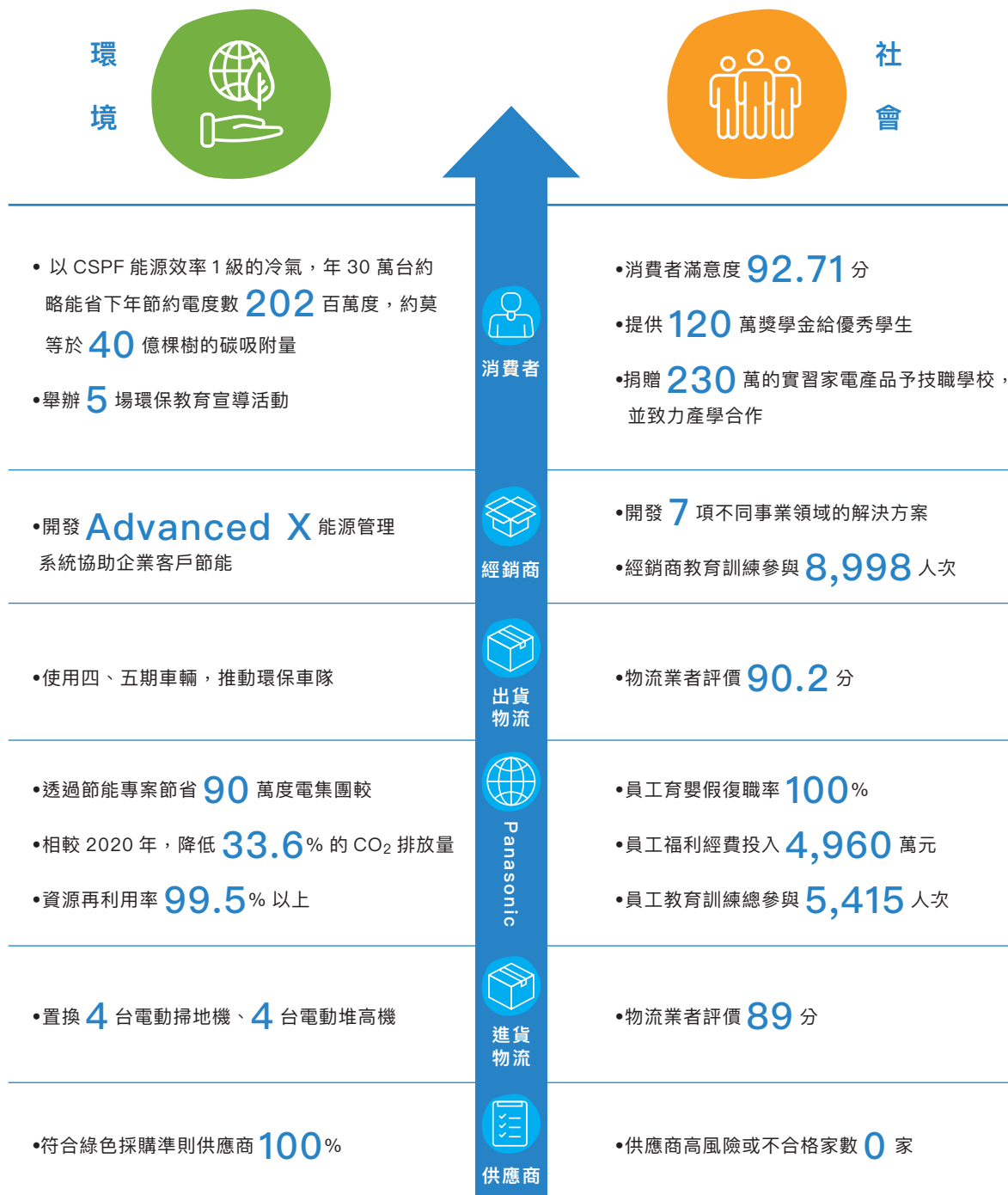
台灣 Panasonic 集團積極透過自身產品協助醫護對抗疫情，不僅捐贈共 250 台空氣清淨機給衛福部及各大醫院，更與台積電慈善基金會共同打造搭載 nanoe X 空調的「零接觸防疫採檢站」，提供醫護更安全舒適的工作場所



## 9

## 永續價值鏈：價值共好，永續經營

台灣 Panasonic 集團重視與集團利害關係人的互動與權益，不僅對內積極宣揚永續理念，也向外致力經營上下游乃至 Panasonic 的永續價值鏈。希望能將集團的影響力，由內而外的擴散，最終創造每個人都能活出自我、充滿活力的永續共生社會。2021 年度，台灣 Panasonic 集團於環境及社會面價值鏈都有十分亮眼的績效，未來台灣 Panasonic 集團也將持續秉持著創造永續共生社會的初心，持續在價值鏈上不斷改進，勉勵己身成為行業的永續先驅。





## 章節亮點

•營業額連續 **7** 年  
創下歷史新高

•家電及車用電子領域  
銷售達 **464** 億元

•處罰與爭議事件  
2021年 **0** 件

•成立永續治理功能性  
委員會 **12** 個

## 重大議題

公司治理

風險控管

隱私保護

誠信經營與法規遵循

產品與技術創新

# 1.1 公司治理

## 重大議題 – 公司治理

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
•維持董事會及功能性委員會之運行，確保董事出席率 100%	•強化公司組織之管理及監督職能	•透過董事會及功能性委員會深化公司治理及企業永續文化
2021 年實績		
1. 董事會董事出席率 100% 2. 成立 GX 推進室及 5G 新事業推進室，強化集團內部綠色和數位轉型的治理		

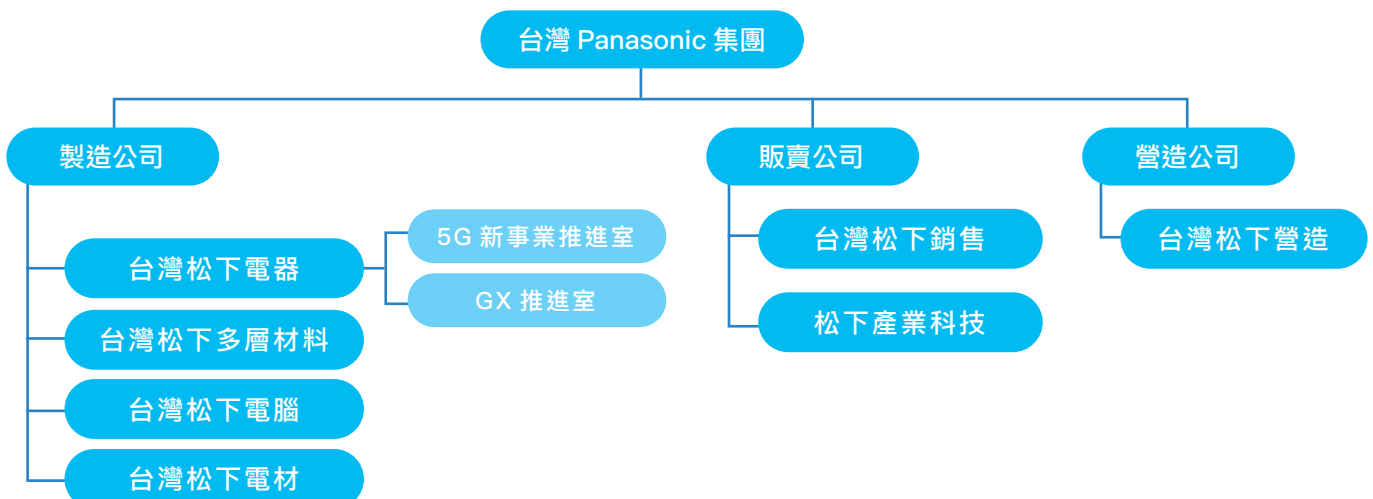
台灣 Panasonic 集團創立於 1962 年，至今年承載了一甲子的歷史。六十年一路走來，松下體認健全的公司治理架構為組織整體推動永續策略之基礎。至始至終堅持營運透明，透過嚴謹的管理與監督機制，促進董事會履行職能，充分保障股東合法權益並同時兼顧利害關係人之最大利益、審慎落實企業永續經營之責任，以達成營運目標、造就全民之社會福祉。

### 1.1.1 集團架構

從創新的電子技術出發，Panasonic 提供生活家電、建築、商用設備、FA、產業部材、營造建築及系統解決方案等多元化技術、產品與服務，除了 B2C 方面的家電商品，更跨足 B2B 領域的建築建材、照明、廚具、冷凍冷藏設備及解決方案等服務，提供居家、大樓及社區整體解決方案，提升人們生活品質。

台灣 Panasonic 集團分別成立 7 家集團公司，以製造、販賣和營造等三種事業體區分公司，各司其職以專業分工，致力實現「Live Your Best」。

2021 年，因應全球氣候變遷及 5G 和 IoT 應用趨勢，台灣 Panasonic 集團成立了 GX 推進室（Green Transformation）和 5G 新事業推進室。其中 GX 推進室主要負責推動台灣 Panasonic 集團的綠色轉型，朝向日本母集團的 Green Impact 理念 – Panasonic 2030 年全事業碳中和，以及 2050 年「耗能 < 創能」前進；另一方面，5G 新事業推進室則為研究開發導向，透過致力發展 5G 專網和 IoT 的應用，配合各個部門進行內部營運的優化以及外部方案的提供，提升台灣 Panasonic 集團的數位競爭力。



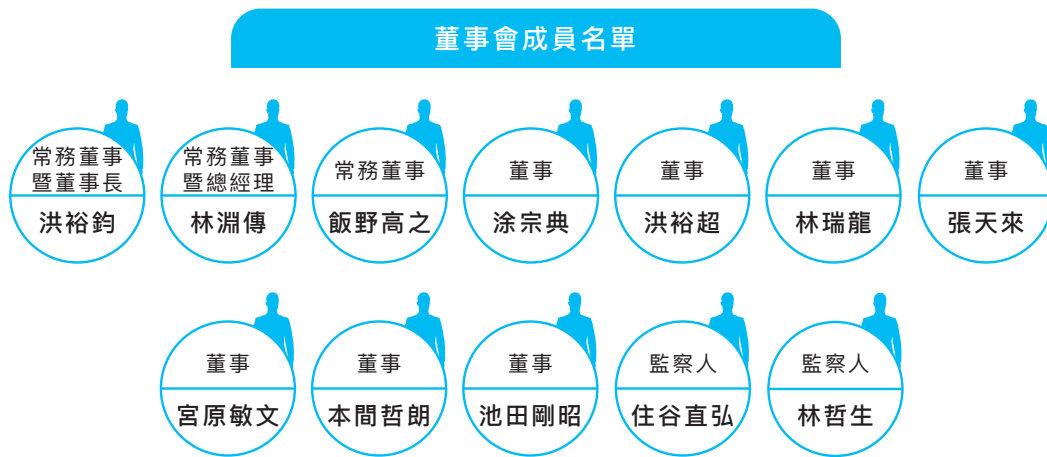


## 1.1.2 董事會

在松下董事會的架構下，設有董事 10 席，任期三年。董事會討論及核定事項包含決算報告、子公司經營概況、董事及監察人選舉、總經理之委任、重大資產購置及處分、營業項目之增加、修改公司章程、任命主辦會計人員、選任財務報表簽證會計師等。另特別設立 2 名監察人，擔任監督董事會、確保公司運作順暢的角色，把關公司利益、股東權益，健全公司治理。

### 董事會成員多元化

為了落實良好董事會治理制度，董事會成員的多元性及專業性為關鍵要素。台灣松下公司之董事成員組成具備多元與專業背景，跨足多方產業與學術，來自台灣與日本等不同國家國籍，並擁有豐富的公司治理經驗。

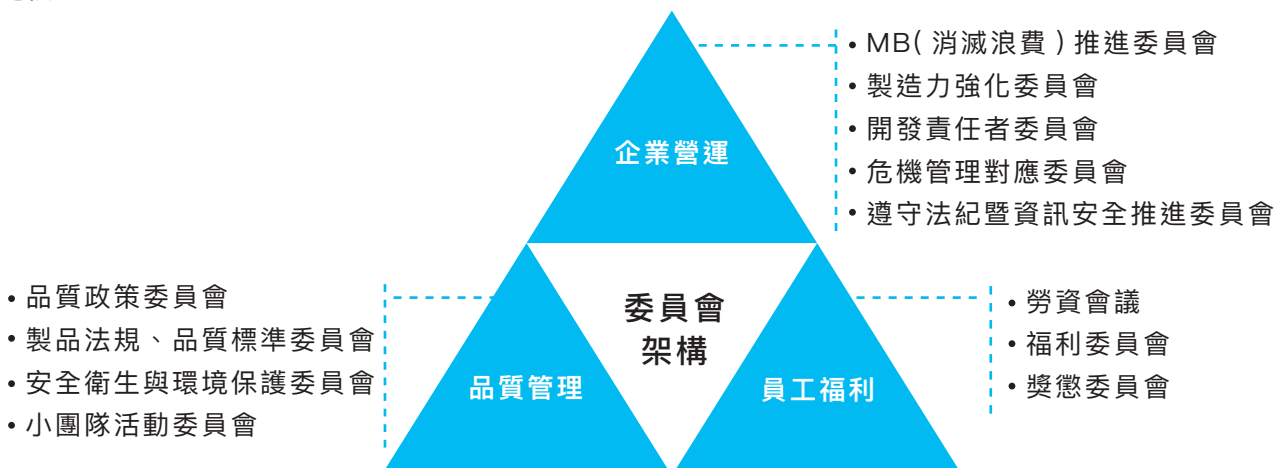


### 董事會開會情形

董事會每季至少召開一次，以審核企業經營績效與討論重要永續策略，內外部面向包含環境、經濟、社會衝擊、風險與機會等議題，並全力支持企業永續，定期檢視執行情形與審查成效。2021 年共召開 5 次董事會，全體董事之出席率皆為 100%，可見各董事皆積極監督公司運作、參與營運決議。2021 重大決議事項包含：年度營業報告書、決算表冊、利益處分、董監事報酬、員工酬勞、補選常務董事案等審議等等。

## 1.1.3 公司治理架構

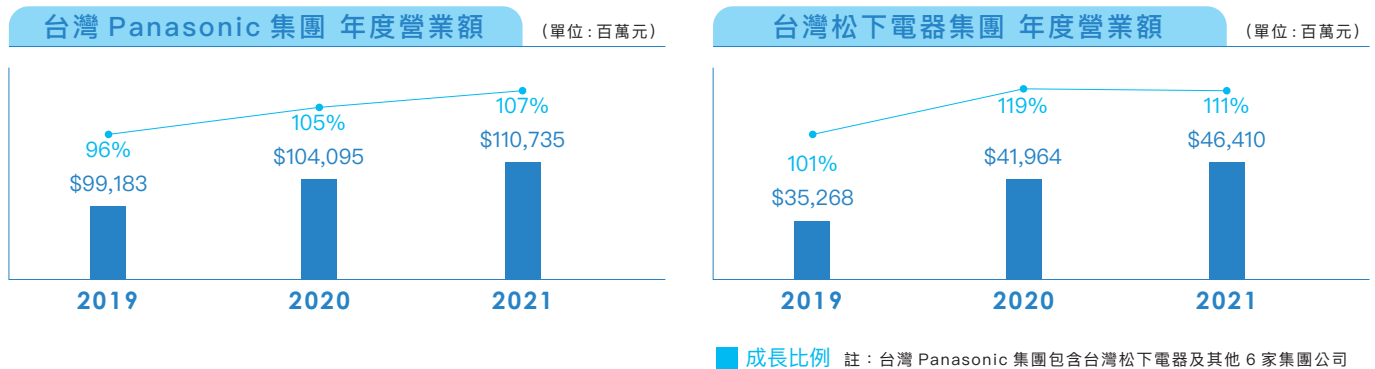
台灣松下電器公司為了提高公司治理效能、減少風險發生機率與保障勞工福利權益，共設立 12 個委員會，以因應公司發展目標、外部法令趨勢及各式新興風險，確保短、中、長期之風險管理與資源配置的適切性與有效性。各委員會由高階主管擔任委員長，並由各部門主管擔任委員，定期召開會議整合與更新各事業單位營運現況，滾動式調整公司經營政策與走向，期許持續突破舊有的營運框架，也為公司的永續發展奠定根基。



## 1.1.4 經濟績效

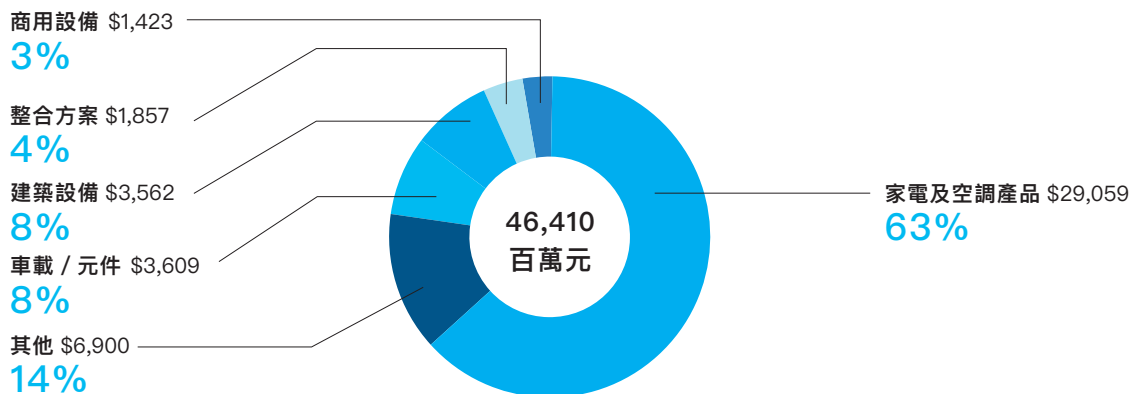
### 營收狀況

台灣 Panasonic 集團貫徹「圖謀社會生活的改善與提高，以期貢獻世界文化生活的進展」之經營理念持續不斷地進步。近年來，雖然重創全球經濟的疫情不斷延燒，然而台灣松下家電市場受惠於天氣變化及宅經濟發酵而大幅成長，年度營業額不減反增，連續 3 年來穩健成長，2021 年度營業額再創新高近 464 億元。



### 台灣松下電器集團 2021 年度產品別營業額與占比

(單位：百萬元)



註：台灣松下電器集團包含台灣松下電器股份有限公司及台灣松下銷售股份有限公司

### 年度銷售亮點

#### 販賣面

- 國內大型家電及空調產品銷售增加
- 綜合家電市占率持續維持第一
- 商品訴求品質及效能均符合市場之需求
- 家電領域整體銷售達 464 億
- 營業額連續 7 年創下歷史新高，2021 年更是達到兩位數成長

#### 利益面

- 販賣增加，稼動率大幅良化
- 材料合理化，販賣費用降低
- 品質提升並降低損失
- 持續達到水準以上之利益表現，營業利益創下歷史新高紀錄

#### 資金面

- 營收利益的卓越表現及資產壓縮之影響，自由現金流 (FCF) 大幅改善

## 稅務治理

台灣松下電器與在地社會攜手成長，依循國家法律納稅，民國 51 年創立至今 60 年以來繳納稅額累計達 820 億元。全體員工協同國內外多家廠商，為穩定社會的重要力量。公司營運重要決策皆考量稅務風險，提升股東價值以落實永續責任。

### 2021 年度台灣松下電器集團納稅額

(單位：百萬元)

類別	金額
營業稅	453.6
營利事業所得稅	651.6
貨物稅	1,859.4
其他類捐	309.9
合計金額	3,274.5

## 1.1.5 榮耀與肯定

Panasonic 所提供的服務深獲消費者喜愛，家電產品於管理雜誌之消費者心目中理想品牌調查中大展風采，冰箱、洗衣機、微波爐、電視、空氣清淨機等 5 項商品榮獲 2021 年消費者理想品牌第一名，值得一提的是冰箱為業界唯一連續 34 年消費者心目中最理想的商品；而在德國 GfK 市調機構的台灣市場銷售調查中，Panasonic 連續 6 年都拿下 9 項商品以上在台灣銷售第一的亮眼佳績，可見 Panasonic 的品牌力及帶給顧客的價值。此外，台灣 Panasonic 集團也在各方面屢獲佳績，取得許多獎項。



### 2021 年獲獎實績

永續	2021 <b>台灣企業永續獎</b> ：典範外商獎、報告書金獎、人才發展獎、創意溝通獎、創新成長獎
經濟	<ul style="list-style-type: none"> <li>天下兩千大調查－「<b>製造業前百大企業</b>」、「<b>家電業排名第一</b>」</li> <li>連續七年營業額成長，2021 年度成長達兩位數</li> </ul>
社會	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年讀者文摘信譽品牌：13 項商品蟬聯 <b>5 項白金獎</b>、<b>8 項金獎</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>以 28 處直營服務中心及 296 家服務授權店的完善服務網絡，今年度首獲<b>讀者文摘「家電售後服務與直營維修中心」金獎</b></li> <li>連續 23 年總獲獎數高達 <b>146 項</b>，成為台灣區獲獎最多的品牌</li> </ol> </li> <li>Panasonic 集團社會貢獻社長獎</li> <li>Panasonic 中國東北亞公司「<b>新產品品質改善獎</b>」</li> </ul>
環境	<ul style="list-style-type: none"> <li>台灣松下多層材料榮獲 Panasonic 集團環境友善表彰</li> <li>台灣松下多層材料榮獲新竹縣「<b>推動環境友善企業</b>」之肯定</li> <li>經濟部電子資訊國際伙伴－綠色系統伙伴獎</li> <li>開發 <b>Advanced X 能源管理系統</b></li> </ul>



## 1.1.6 外部組織參與

為共同推動產業之發展，台灣 Panasonic 集團積極參與同業公協會，透過公會組織將自身營運經驗與同業交流，共享最新市場趨勢、供需變化及技術資訊，期望能對於整體產業有所貢獻。因應近年 AIoT 的趨勢，台灣 Panasonic 集團也參與智慧家電規格的相關訂立，提供專業知識推進智慧家電發展。

### 台灣 Panasonic 集團參與公協會

#### 電子同業公會

- 台灣區電機電子工業同業公會
- 新北市電器商業同業公會
- 台北市電器商業同業公會
- 冷凍空調公會

#### 設計裝修同業公會

- 台灣省室內設計裝修商業同業公會聯合會
- 台北市室內設計裝修商業同業公會
- 新北市室內設計裝修商業同業公會
- 台南市室內設計裝修商業同業公會
- 高雄市室內設計裝修商業同業公會
- 中華民國室內設計協會
- 桃園市室內設計裝修商業同業公會

#### 其他公協會

- 台灣智慧型電網產業協會
- 台灣智慧能源產業協會
- 湖口工業區廠協會
- 中華民國工商協進會
- 新北縣工業會
- 台灣區照明燈具輸出業同業公會
- 財團法人台灣數位電視協會
- 台北市事務器械商業同業公會
- 社團法人中華軌道車輛工業發展協會
- 台北市進出口商業同業公會
- 台灣區電信工程工業同業公會
- 台北市電腦商業同業公會
- 台灣區電信工程工業同業公會
- 台北市電腦商業同業公會
- 台北市日本工商會
- 台灣電路板協會
- 台灣連鎖暨加盟協會

## 1.2 誠信經營

### 重大議題 – 誠信經營與法規遵循

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 年度違法事件次數 <b>0</b> 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 關注國內外法規變化，並透過教育訓練傳達法規遵循事項與倫理誠信等概念，確保公司所有員工具備法遵意識</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 透過定期召開會議與內部討論，適當修訂公司規章及準則，並針對客戶、合作夥伴及員工等不同面向，訂定個別倫理誠信章程</li> </ul>
2021 年實績		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 違法事件次數 <b>0</b> 件</li> <li>2. 昇格人員遵紀守法教育訓練參與人次 <b>209</b> 人</li> <li>3. 合規 / 遵紀守法研修會參與人次 <b>1,219</b> 人</li> </ol>		

台灣 Panasonic 集團秉持著創業者松下幸之助先生的「遵循社會正義，與社會共命運」的經營理念，遵守當地法律是公司基本行為準則，故訂定「Panasonic 行為準則」和「台灣地區反賄賂及反腐敗規程」以規範全體員工需遵守之道德準則，並持續關注新法規動態以適當修正內部規程。2021 年並無任何貪腐及壟斷事件，或員工因貪腐事件而被解僱或受到紀律處分。



反賄賂



反壟斷



公平採購

- 禁止不實交易和利益輸送
- 訂定嚴格的送禮及招待限制
- 禁止與競爭對手交流產品資訊
- 制定與競爭對手接觸之事前許可 / 事後報告機制
- 推行公平採購
- 制度及避免利益衝突，不接受供應商提供的回饋

## 1.2.1 法規遵循

為確保員工理解法規遵循的要求與規範，台灣 Panasonic 集團透過定期舉辦法規相關教育訓練的方式，確保員工充分理解且實踐誠信的經營方針，並設立法規遵循講師、定期實施合規 / 遵紀守法教育訓練及 e-Learning 線上教育訓練，內容包含反貪腐、反壟斷及反賄賂行為等。

2021 年加強對營業人員舉辦了多場研修會，主題包括債權保全、圍標禁止、聯合壟斷禁止、反貪腐反賄賂。亦邀請外部律師擔任講師，強化智慧財產權保護及杜絕侵害智慧財產權意識。一旦有任何疑似違規事件發生，員工或交易對象可透過 24 小時 EARS 熱線立即通報，由集團相關單位彙整事件後，作成適法性處置及相關再發防止措施。

2021 年台灣松下電器集團法規遵循教育訓練

主題	時數	人次
昇格人員遵紀守法教育訓練	1	209
合規 / 遵紀守法研修會	24	1,219
新進員工守法教育訓練	1	99
線上 e-Learning	1	1,836

## 1.2.2 風險管理

### 重大議題 – 風險管控

#### 目標

2022 年

短期 (1~3 年)

中長期 (3~10 年)

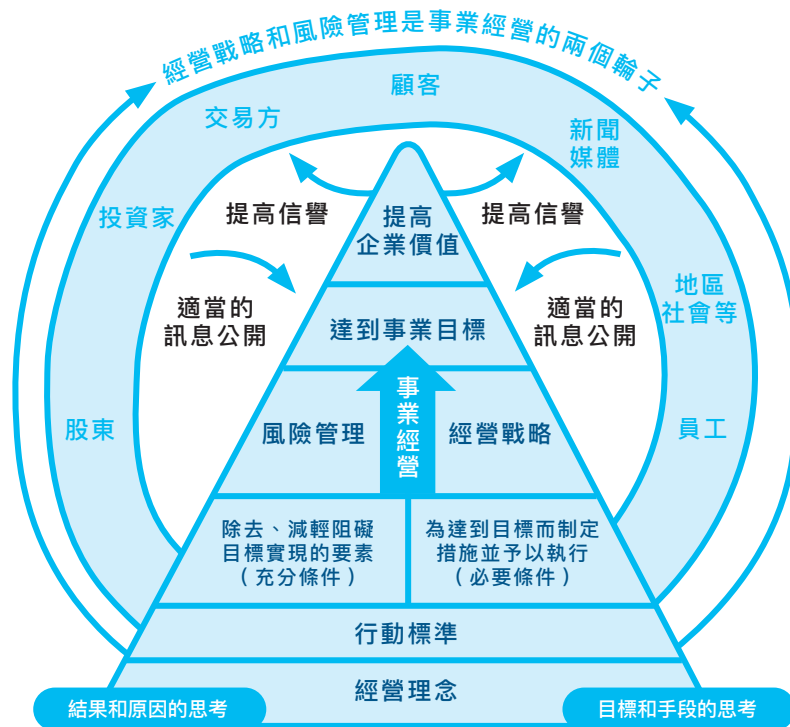
- 風險評估達成率達 **100%**
- 根據現行評估風險及管理之流程架構，優化資源配置之適當性及即時性
- 擴大風險辨識範圍，強化與完備不同情境之下組織的應變能力

#### 2021 年實績

1. 風險評估達成率 **100%**
2. 將 TCFD 納入集團風險評估架構，強化氣候變遷風險鑑別

松下幸之助先生相信防患於未然對於企業經營的重要性，並提倡「先憂後樂的思考」，預先為不可預知的風險制定應對計畫。台灣 Panasonic 集團視經營戰略和風險管理為推動事業發展的「雙輪軸」，並設有經營風險管理本部。集團構築完善內部監查體系，透過業務、不正會計防止等監查活動，期望推動風險管理透明化，達成提升企業價值之目標。

### 風險管理藍圖



### 2021 台灣 Panasonic 集團重大風險疑慮項目

分類	因應策略
自然災害 (如地震等重大災害)	強化防災系統與防災措施
技術軟體不正當使用	強化對於智慧財產權的管理及教育訓練
生產條件惡化	更換生產設備提升整體品質
產品品質問題	加強人員教育訓練，呼籲務必遵守集團 SOP
應收帳款無法回收	加強對於應收帳款的查核及管理
對公務員行賄或收賄	教育集團員工，提升法遵倫理的意識
職業災害	加強職業安全訓練及設備
員工上班時間管理	以系統追蹤，針對不合理之上班情況通知所屬上司
對社內資訊系統的網路攻擊	導入 System Center (SCCM) 及實施 ATP 模擬訓練
對製造系統的網路攻擊	導入 System Center (SCCM) 及實施 ATP 模擬訓練

### 1.2.3 營運持續管理

為確保在遭受衝擊發生後可迅速恢復正常營運，台灣 Panasonic 集團成立危機管理對應委員會，由林淵傳總經理擔任委員長，建立完善營運持續計畫 (Business Continuity Plan, BCP)，降低事故對於顧客的衝擊與公司的損失。每年盤點出重大風險議題，並依據其高、中、低度衝擊性，擬定相對應的因應策略。2021 年以極端氣候、COVID-19 疫情及原物料上漲對企業經營影響最為顯著，台灣 Panasonic 集團制定因應措施以預先防範可能造成的危害，並定期防災演練及建置有韌性的網路系統環境，以期盡量降低對營運之影響。

重大風險	因應措施
颱風和地震 等自然災害	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 重建防災系統，為所有員工實施防災教育和實際的防災演練</li> <li>• 改善和維護建築安全</li> <li>• 進行機械安全檢查，並不斷更新老化設施</li> </ul>
COVID-19 等 大型流行傳染病	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 成立防疫小組，隨時掌握政府相關訊息、分享公告，並遵循政府政策執行相關措施</li> <li>• 發佈員工 / 來訪客戶出入管理、廠區環境及員工餐廳、差旅政策等防疫措施實施辦法，首要確保同仁的安全</li> <li>• 建置行動裝置相容之遠端打卡系統，並整備 IT 環境以執行分流上班</li> <li>• 為預防物料交期延後影響生產期程，提前告知供應商訂單預估，並要求供應商備料至少 30 天庫存</li> <li>• 取消大型供應商及經銷商會議，改以小場次進行，並使用線上視訊會議進行日常溝通</li> </ul>
原物料上漲	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 受原物料影響惡化，採取售價調整及增加銷售額因應，以彌補產生的相關風險</li> </ul>

## 1.3 資訊安全

### 重大議題 – 隱私保護

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 年度收穫顧客投訴隱私洩漏案件 0 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提升員工資訊安全意識，APT 模擬訓練誤擊率下降至年平均 12%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持續擴大 ISO 27001 的認證到整個集團</li> </ul>

#### 2021 年實績

1. 持續通過松下電器、松下電腦、松下銷售及松下產業科技 ISO 27001 認證的審查
2. 2021 年收穫顧客投訴隱私洩漏案件 0 件

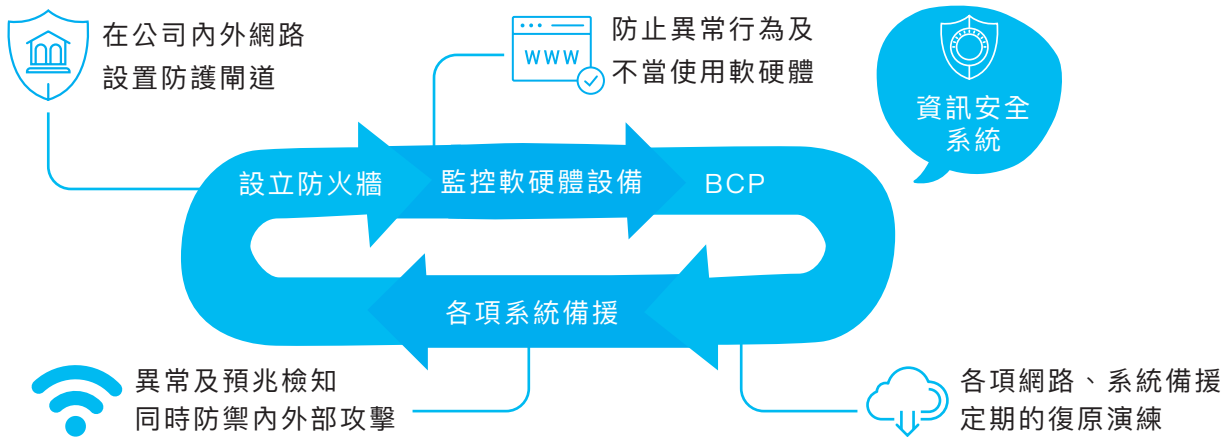
台灣 Panasonic 集團積極推行與落實資安管理制度，目前集團公司中，松下電器、松下電腦、松下銷售及松下產業科技皆已取得 ISO 27001 資訊安全管理系統認證，並且每年度均委託第三方機構進行 ISO 27001:2013 的年度審查，每三年進行換證。此外，台灣 Panasonic 集團不僅開發個人情報處理系統 (Personal Info Register)，確認與全球 Panasonic 集團的一致性，也定期檢測各個風險項目，滾動式提升資訊安全層級和管理模式。

### 1.3.1 顧客隱私

台灣 Panasonic 集團注重顧客的資料保護，由台灣 Panasonic 集團制定個人資料保護規則、發布隱私權保護聲明，保證消費者的個人資料將嚴密妥善管理，且只在收集目的範圍內利用。2021 年度並未有任何顧客或監管機關的違反客戶隱私投訴案件發生，亦無資訊安全防護遭攻擊影響營運的情事，台灣 Panasonic 集團將會持續堅守資訊安全之防線，保障顧客的隱私。

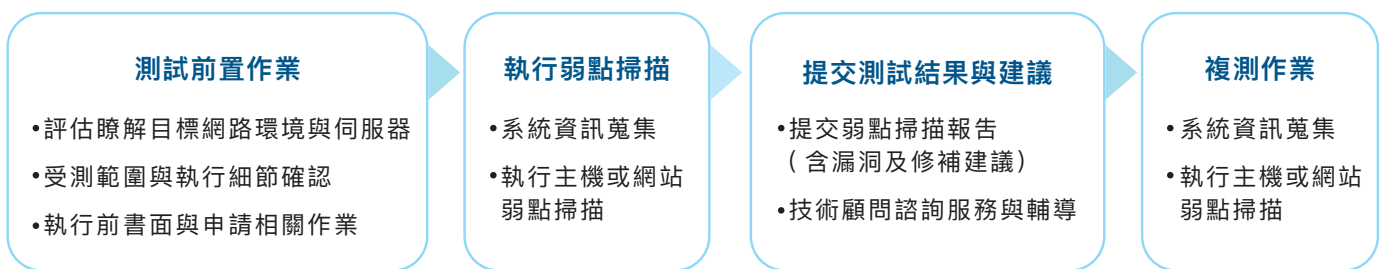
### 1.3.2 資安系統

台灣 Panasonic 集團與日本總公司使用一致的資料處理規範，以「設立防火牆、監控軟硬體設備、導入資訊安全監控中心、企業持續營運計劃 (BCP)」四大方針進行資訊安全管理。透過強化系統機能提升資訊安全層級，以減少資訊在傳遞過程中可能造成的外流風險以及受到外部攻擊帶來的營運衝擊，並持續投入資訊系統的升級與檢測，提高安全性和縝密性，確保有能力可隨時回應突發的資安問題。



### 1.3.3 資安管理

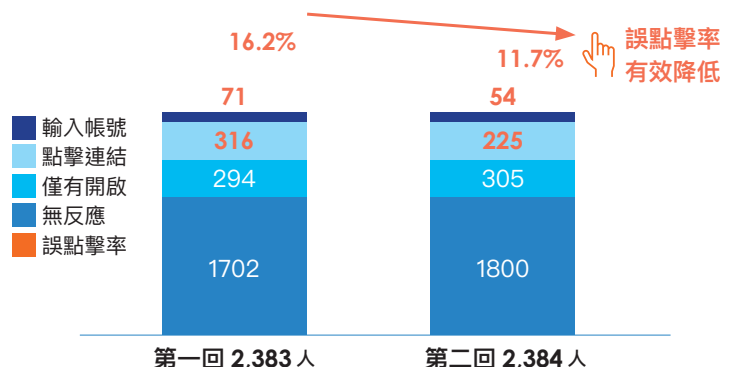
為確保資安系統有能力抵抗外來攻擊並迅速啟動防護機制，台灣 Panasonic 集團每年委託外部第三方資安檢測中心定期進行弱點掃描、滲透測試及源碼檢測，透過初測及複測兩個循環的資訊攻擊情境演練，檢驗因應措施是否有效。



### 1.3.4 資安訓練

台灣 Panasonic 集團竭力捍衛資訊安全的防護。除了透過強化委員會職能與防護系統機能、積極實施全球化規章制度，2021 年度更是舉辦了 2 回模擬訓練與線上測驗，深化員工的資安意識涵養。承諾以「提升資訊安全層級」為目標，致力降低資訊在傳遞過程中可能造成的外流風險以及受到外部攻擊帶來的營運衝擊。

2021 年度兩回資安模擬成效示意圖





# 1.4 數位革新

## 1.4.1 數位轉型

新冠病毒疫情不僅加速全球經濟結構的轉型，更是改變現行企業的作業模式與業務流程。台灣 Panasonic 集團藉此機會積極推動與運用各項 IT 工具，將數位革新融入日常工作業務，期望透過數位轉型賦與集團內部新的動能。

### Panasonic Transformation



## 1.4.2 製造 IT 戰略

台灣 Panasonic 集團體認到工廠智慧化的重要性，在製造的 IT 方面推動 MES (Manufacturing Execution System) 系統，加速內部數位轉型的腳步，並制定從 2021 至 2023 年，為期 3 年的製造 IT 戰略計畫，透過 6 大不同面向進行企業的資訊革新，期望活用數位科技活化生產效能，提升市場競爭力。

### 製造 IT 戰略計畫六大改革面向

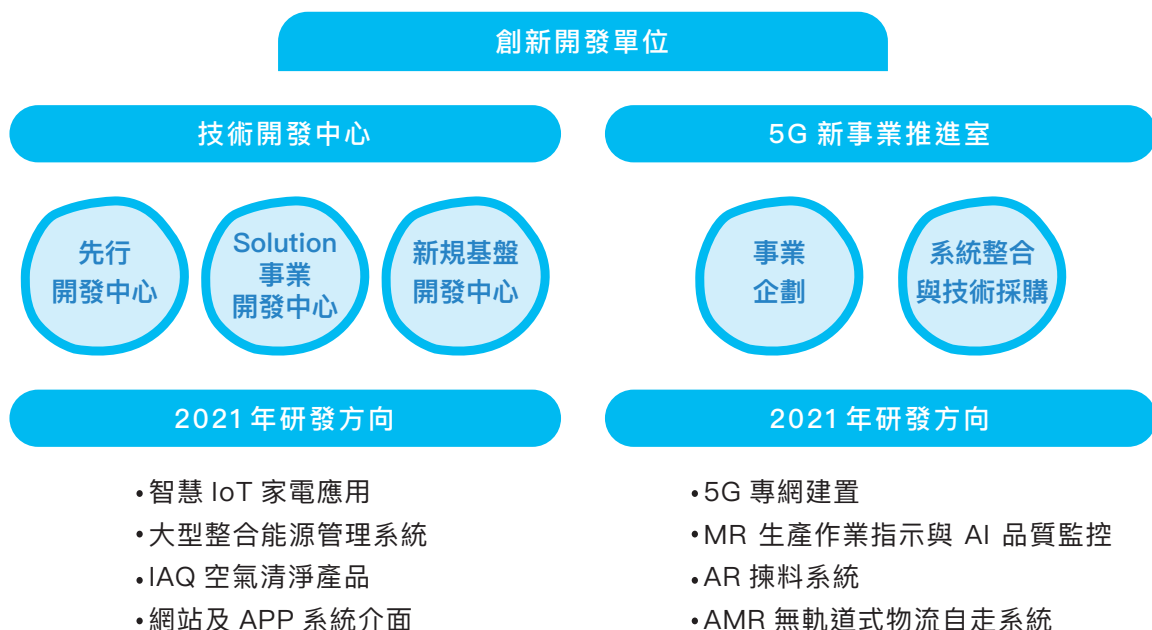


# 1.5 創新研究

## 重大議題 – 產品及技術創新

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 持續開發新技術，把握 5G 趨勢及集團優勢獲取新專利</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 提供創新整合服務銷售，並將技術擴大應用至製造、物流領域、醫療場域等的實證實驗與銷售</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 透過對製造業的銷售，提升製造業生產價值；透過醫療市場銷售，降低醫護人員體力腦力負擔，提升醫療品質，以及透過物流業銷售，降低物流成本，提升物流作業效率</li> </ul>
2021 年實績		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成立 5G 新事業推進室，專職於 5G 專網應用 B2B 事業開發</li> <li>2. 開發智慧 IoT 家電的應用及介面，及 AdvanceX 能源管理整合系統</li> <li>3. 開發 5G、MR、AIoT 相關技術，並商化成解決方案</li> </ol>		

台灣 Panasonic 集團致力於投入創新研發、探索新事業可能性，透過成立三大開發中心－「先行開發中心、Solution 事業開發中心、新規基盤開發中心」持續精進核心產品，發展全新事業群以滿足並領先產業發展趨勢。2021 年，因應全球 IoT 趨勢高漲，更是成立了 5G 新事業推進室，投入大量資源建構企業內部專網，並以此極力開發 IoT 的解決方案。台灣松下電器投入研發金額高達 524 百萬元，由 294 位技術人員攜手努力，取得 35 件專利。





### 章節亮點

•獲得讀者文摘信譽品  
牌商品 **5** 項白金獎、  
**8** 項金獎

•獲得松下中國東北亞  
新產品品質改善獎

•消費者滿意度達  
**92.71** 分

•供應商開發審核率  
**100%**

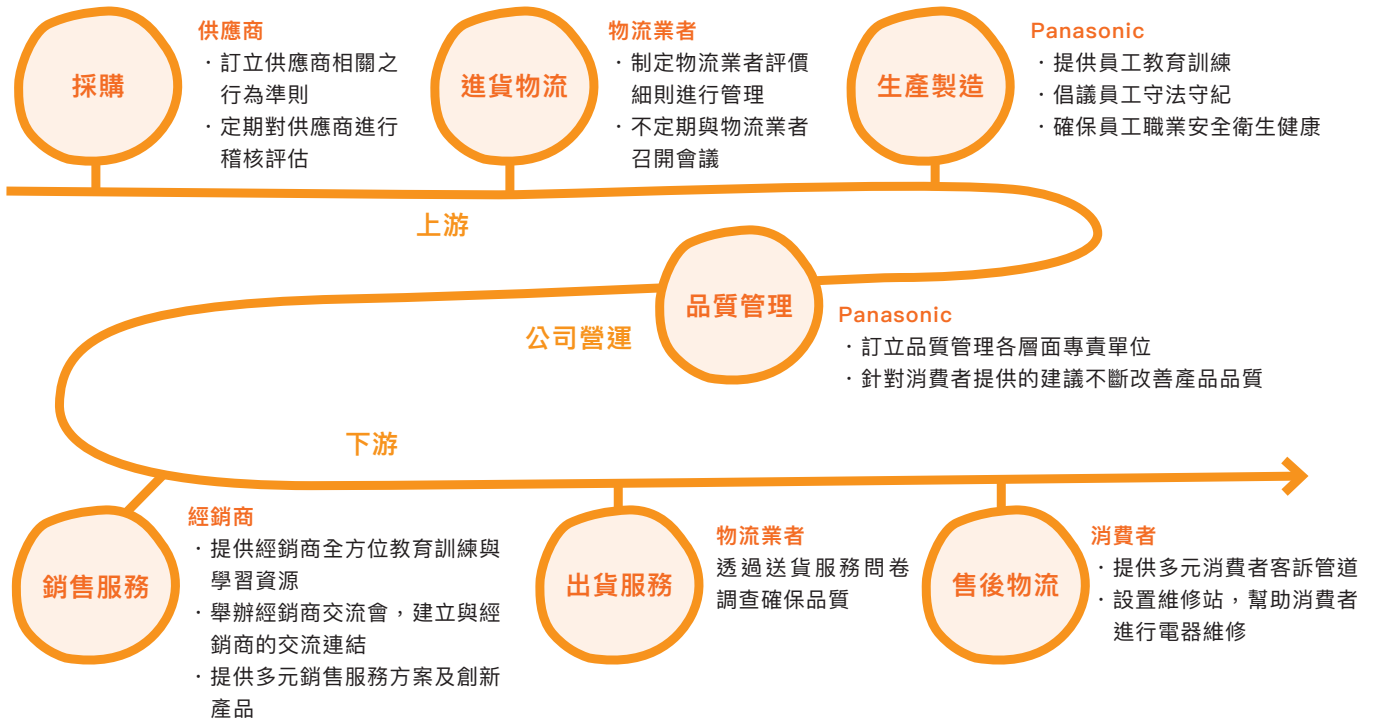
### 重大議題

服務品質及客戶滿意度

產品安全與標示

## 2.1 社會價值鏈

松下為求與生意夥伴共榮成長，積極與價值鏈上的所有利害關係人互動，希望能夠發揮自身的影響力，將回饋社會的信念感染他人，帶動整條價值鏈一起邁向更為和諧、永續的未來。



## 2.2 創新服務方案

### 2.2.1 解決商業課題的得力助手

#### 生產製造解決方案

透過研究單位在 5G 及 IoT 開發上的不遺餘力，台灣 Panasonic 集團除了在自身內部工廠導入智慧生產製造系統，也極力於提供解決方案讓客戶改善製造流程，如：提供台南龍峰 AR 生產作業指引解決方案，以 MR 的 SOP 指引及 AI 品質監控，高效提高生產品質及人員作業效率



#### 交通系統建設解決方案

台灣松下銷售公司系統解決方案本部承攬台鐵新購電聯車 600 輛，提供 PIDS 旅客資訊系統、無線寬頻系統、CCTV 錄影系統、緊急對講系統等，增加旅客搭乘之便利性與提高列車行駛之安全性



### 倉儲物流解決方案

台灣 Panasonic 集團通過 AR 揀料系統，以 MES 製造執行系統與企業 ERP 系統的結合提升倉儲效率及揀料作業時間；另一方面也以 AMR 無軌道式物流自走系統自動補料多條生產線，並結合 CCTV 實施工廠人與物安全巡檢，解放人力



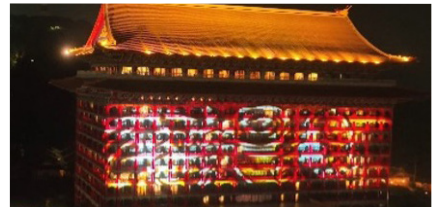
### 店鋪商家解決方案

台灣 Panasonic 集團今年協助小北百貨北部各店鋪裝設大型空調，並以 Advanced X 系統於總部統一管理，了解使用狀況與耗電情形，成功幫助小北百貨節省約 30% 的電力使用量



### 媒體藝術解決方案

2021 年，台灣 Panasonic 集團不僅提供圓山大飯店同東京奧運規格的 50,000 流明雷射投影機，於五星級飯店進行首次戶外光雕展覽；也提供台中歌劇院專業、符合媒體藝術播放需求的投影機，以最好的品質呈現藝術



### 能源解決方案

台灣 Panasonic 集團近年來不斷開發節能（如能源管理系統）、創能（如燃料電池）、儲能的多項解決方案，更是在 2020 年將三項整併建立實證實驗場所，提供客戶整合式的能源解決方案



## 2.2.2 解決商業課題的得力助手

在 2020 年四社合一為松下銷售公司後，台灣 Panasonic 集團便極力整合原先四間銷售公司的產品，開發整合服務解決方案。台灣 Panasonic 集團推出智慧家電的手機 APP，消費者透過手機可輕鬆串聯電冰箱、洗衣機、空調、除濕機等多樣家電，隨時掌握家電使用狀況。

### 智慧家電產品

台灣 Panasonic 集團近年來不斷開發智能 IoT 家電產品，並透過智能 APP 介面和語音助理等配套設施的優化，持續提升顧客價值



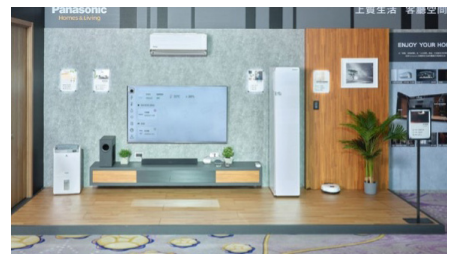
## 防疫先驅產品

近年疫情肆虐，台灣 Panasonic 集團在防疫上也透過產品開發貢獻巨大。通過最新科技研究開發，nanoe X 空氣清淨機可有效抑制 99.9% 的新冠病毒，結合 Panasonic 的各項產品 IoT 的連動，為消費者打造健康居家空氣品質



## 住家整合方案

在 2021 後疫情時代，台灣 Panasonic 集團結合自家智慧和防疫產品的優勢，以「New Normal」新空間概念提供民眾最佳的住家整合方案，新商品發表以「IAQ 空氣品質的改善」、「抑菌、抑制病毒提案」以及「上質空間與生活風格」等三大區域，賦予住宅空間全新樣貌，更搭配各式抗疫設備，提供民眾全方位防疫新生活的解決方案



## 2.3 顧客服務

### 重大議題 – 服務品質及客戶滿意度

#### 目標

2022 年

短期 (1~3 年)

中長期 (3~10 年)

- 持續加強服務品質，提升顧客滿意度
- 持續優化客服人員及維修人員的教育訓練，並設置線上自助語音 ASR 以及 LINE / 官網文字客服，以提供消費者更好的服務體驗
- 增加智能客服以及社群媒體使用比例，主動與客戶溝通並提升服務品質

#### 2021 年實績

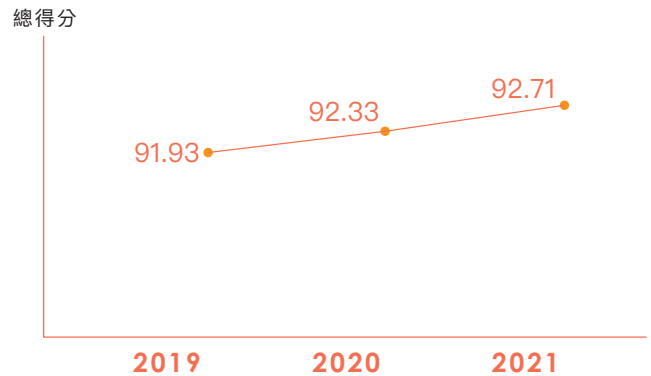
- 消費者滿意度調查達 **92.71** 分
- 年度辦理維修及服務人員教育訓練共 **2,118** 小時
- 2021 年於讀者文摘獲得 5 座白金獎和 8 座金獎

1. 台灣 Panasonic 集團秉持「為世界人們做出貢獻」的理念，連續 23 年獲得讀者文摘信譽品牌的青睞，並以優秀的商品品質及完善服務拿下讀者文摘信譽品牌「家電售後服務與直營維修中心金獎」的肯定
2. 為家電業的最大贏家，累計獲獎達 **146** 項



### 2.3.1 消費者滿意度調查

台灣松下電器集團致力於提供完善、精確的服務體驗，台灣松下銷售公司更於每年執行消費者滿意度調查，針對販賣促進、關懷服務、服務態度、服務速度、約定時間及技術力六大面向進行評比，近三年來，顧客滿意度逐年成長，2021年總得分為92.71分。未來，台灣松下銷售公司將持續提升服務品質，秉持者客戶至上的理念，為消費者提供安心、滿意的產品、解決方案與服務。



### 2.3.2 顧客溝通

為了確實回應顧客需求，我們以顧客觀點為出發點，蒐集顧客使用商品的反饋與需求，將其運用於產品研發上，為使顧客能即時獲取所需資訊與服務，顧客商談服務部針對售前、售後所產生的相關問題提供了多元化的溝通管道，包含線上24小時自助語音回覆，以及電話專人諮詢，2022年更預計規劃導入線上自助語音ASR與官網、LINE的文字客服，持續優化溝通管道。

#### 多元化溝通管道

##### 現階段

- 專人電話諮詢
- 電子郵件
- 簡訊
- 網站FAQ查詢

##### 2022年預計導入

- 線上自助語音ASR
- 文字客服 (LINE / 官網)



此外，台灣Panasonic集團觀察到顧客的保證書與說明書容易遺失的問題。因此，為了提供顧客更便利的資訊管道，從2020年開始，我們便將QR Code貼於洗衣機上，讓顧客可於平台上下載說明書，或是透過常見Q&A先自我排除問題。2021年，更是擴大應用至所有直立式洗衣機新機種，並且持續規畫未來應用至所有家電。

為了讓消費者更理解台灣Panasonic集團的產品及理念，台灣松下銷售公司也積極於社群媒體與消費者進行互動，包含產品介紹影片、相關活動之訊息分享及直播等，除了以不同溝通手法向消費者介紹Panasonic產品與品牌外，更將商品結合料理食譜，提供消費者多面向的產品體驗。

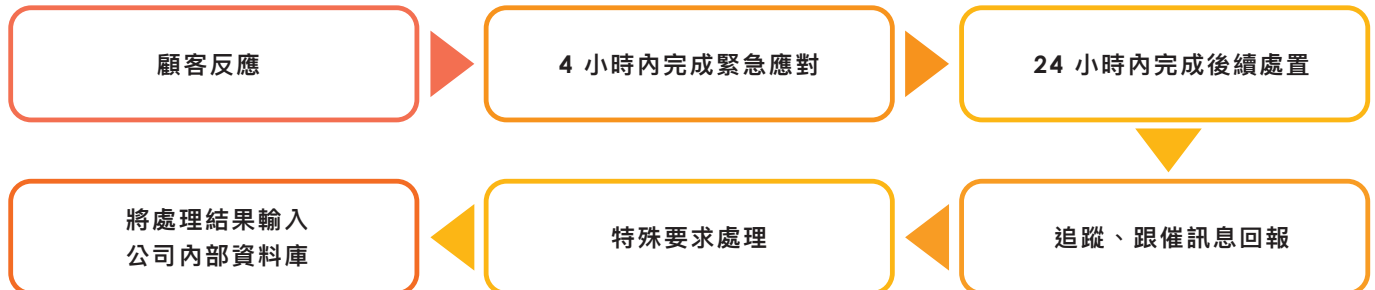
#### 近三年社群多媒體與數位互動數據

(單位：人次)

項目	2019年	2020年	2021年
Panasonic 家電粉專	89,374	114,254	136,905
Panasonic Beauty 粉專	196,822	196,260	197,335
Panasonic Cooking 粉專	124,879	127,072	128,904
Panasonic Lumix 粉專	117,259	114,007	115,920
Panasonic Taiwan / YouTube	4,700	6,200	7,325
官網 (網頁瀏覽量)	15,737,715	20,078,770	21,483,170

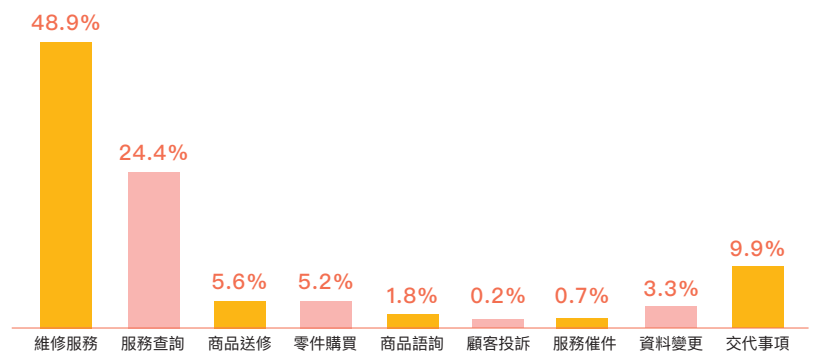
### 2.3.3 顧客問題處理

台灣 Panasonic 集團重視顧客問題的處理。在接獲顧客反饋後，會由專職商談人員鑑別顧客問題，並於系統中立案，依據問題類別轉由適當部門處理。除提供客戶問題解答與所需支援外，也藉由網路 Q&A 及電話線上語音引導註冊、自動驗證系統，將結果匯入 FAQ 智能資料庫中供使用者查詢。



2021 年顧客商談服務受理分類佔比

該程序自 2004 年成立至今已累積百萬件商談紀錄，傾聽客戶的聲音並予以協助，不斷更新資料庫並提供顧客更良好的服務品質。2021 年度，顧客商談服務部受理案件以維修服務為最大宗，其次依序為服務查詢、交代事項、商品送修與零件購買。



### 2.3.4 創新的發行地 – 商品創意中心

台灣松下集團提供全方位的顧客使用體驗，成立「商品創意中心」，以深入了解、挖掘顧客的使用習慣，透過問卷調查、家庭實地拜訪、群體訪談、模擬居家環境等各種方式，發掘顧客的潛在需求，並根據量化、質化調查結果，完善顧客體驗，掌握顧客真正的需求。

商品創意中心不定期發起消費者調查，針對全新推出之產品，隨機抽樣消費者進行家庭拜訪，希望透過實際訪查，觀察各地消費者的使用習慣與生活環境，盤點顧客的需求，向企劃開發部門提案設計出更符合大眾的產品，同時，也當場解決顧客對於產品的問題，優化與改善產品功能。

2021 年消費者調查執行狀況

方式	年 / 次數	主要溝通內容
意識形態網路調查	12	消費需求 & 趨勢
使用者網路調查	7	使用滿意度
商品使用評價調查	21	社員體驗群體訪談
委外調查	1	他社優異性比較
商品生活審查	3	商品機能檢證







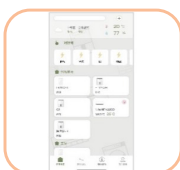
### 冰箱冷凍室不夠大

近年來受疫情影響，越來越多消費者有囤貨冷凍食品的需求，也因此常遇到冷凍室不夠大的問題，台灣松下商品創意中心因此提出新的設計方案，將冷凍空間放大，占比提高至30%



### 洗衣機洗劑盒投入口較小

部分消費者反應在倒入洗劑時，拉出的抽屜盒較小，原先拉出的長度為45mm，我們因此將長度調整為95mm，讓消費者更方便倒入洗衣劑



### 空調 APP 頁面優化

有消費者反映使用空調 APP 時，無法於家電列表頁面中直接開啟空調頁面，進入空調 APP 遙控器介面仍需4步驟，因此我們將步驟縮減為2個，並增加按鍵讓消費者可直接關閉空調



### 空調

消費者擔心空調室外機外掛有掉落的疑慮，且體積較大，擺放也較占空間，安裝維修也不容易。為了顧慮到消費者的安全問題，台灣松下商品創意中心提出商品改善提案，在兼顧能源效率一級情況下，將原有尺寸縮小，降低重量同時節省擺放空間



### 除濕機水箱取放不易

消費者反應除濕機的水箱取放不易，需蹲下再以雙手取放水箱，聆聽客戶的聲音後，我們改變整體設計方案，讓消費者可單手取放水箱之外，也不須完全蹲下操作，讓水箱取放可以更加容易

## 2.3.5 維修服務

除了提供完善的售後服務外，台灣松下集團對於維修服務同樣以高標準的規格要求。維修服務區分為授權店與服務站，主要服務項目為服務諮詢、維修服務、材料販賣、保養維護以及工程設計與施工。本集團授權店及服務站皆採取定期檢視追蹤的管理機制，其管理項目如下：

#### 授權店

- 維修件與材料銷售管理
- 保證書回收管理
- 人員安定性與技能檢定管理
- 年度表彰

#### 服務站

- 48hr 維修時效
- 外修一次完修率
- 顧客滿意度
- 技能評定與獎勵

#### 安全性檢查

- Panasonic 商品檢查
- 家電商品安全檢查
- 2021 年檢查數約 31 萬名顧客

除此之外，台灣松下集團更提供安全性檢查服務，由專業技術人員至顧客家中針對商品進行檢查，除了 Panasonic 商品外，也協助顧客家中其他家電商品進行安全性點檢，為顧客提供完整性、全方位的安全檢查服務。

### 冬季巡迴服務

台灣 Panasonic 集團為完善顧客維修體驗，特別購置空調服務修理車，配備完整的維修工具及專職維修人員，協助各經銷夥伴處理顧客維修相關問題；並透過「冬季巡迴服務」，每年 10 月至隔年 3 月進行全台各地巡迴檢查、保養及維修



為了確保提供完善、一致的服務品質，台灣松下集團於 2021 年辦理相關的外部講師教育訓練外，更發佈顧客服務對应手冊，並於每日朝會案例宣導，透過消費者的回饋不斷改善及優化售後服務品質，提供更貼近消費者需求的服務。

項目	說明	梯數	時數	社內	委外	經銷商
集中調訓	提供服務維修人員技術強化訓練，特別是在淡季維修件數較不忙碌時，於中和廠及各服務部開課	82	848 H	367 人次	79 人次	941 人次
新進人員 基礎維修教育	教育新進之維修人員商品基礎維修技術，市場常發故障及修理要領等	21	796 H	114 人次	36 人次	-

## 2.4 品質管理

### 重大議題 – 產品安全與標示

#### 目標

##### 2022 年

- 重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次
- 集團品質損失金額率 0.3% 以下

##### 短期 (1~3 年)

- 市場重大品質不良事件 0 發生

##### 中長期 (3~10 年)

- 精進品質管理措施，完善優化品質管理系統，確保無品質造成的任何問題

#### 2021 年實績

1. 重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次
2. 集團品質損失金額率達成目標 0.3% 以下

### 2.4.1 高品質的把關者

台灣 Panasonic 集團由不同部門分別進行各類別的品質管理作業流程，嚴格控管每一環節，商品從企劃階段開始，到開發設計、製程品質保證、製品審查、量產前品質檢討、品質出貨確認以及市場品質初期流動管理皆有嚴謹程序規範，並按各生產製造部門相應調整基準，以因應該領域之國際標準 ISO 準則。

同時，集團設有品質政策委員會制定完善程序，於商品生產時嚴密把關其性能、機構、外觀等。此外，也會透過集團內外部的會議討論品質相關議題並改進。台灣 Panasonic 集團於 2021 年未有任何因品質管理而導致的裁罰事件，亦無違反產品與服務的健康和安全法規事件。

#### 日日品質檢討會

每日不定時品質檢討會，發現並解決問題

#### 年度品質檢討計畫

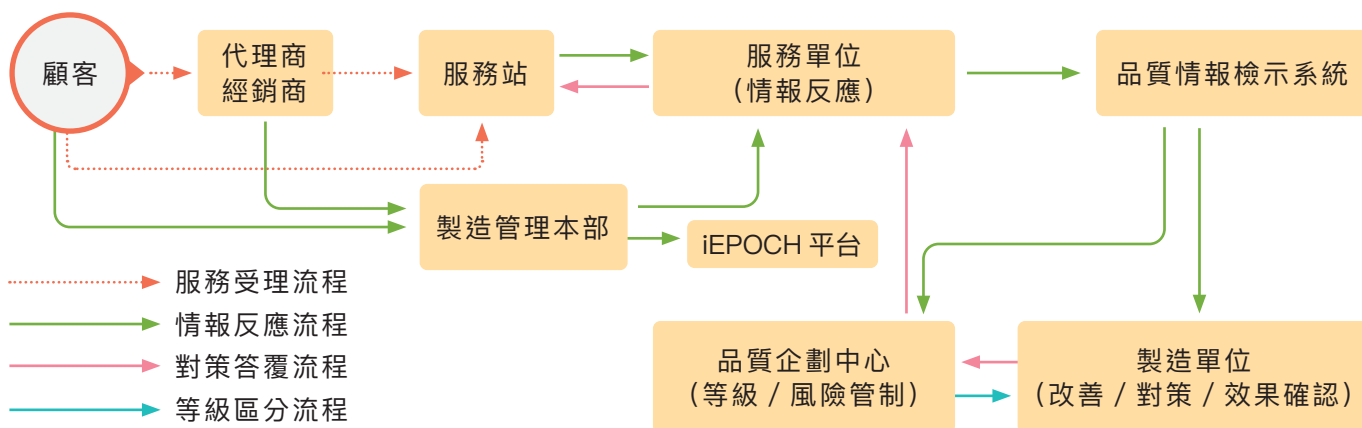
制定年度品質檢討計畫，並透過 PDCA 流程改善

#### 經銷商品質檢討計畫

一年一次與經銷商召開品質座談會

## 2.4.2 品質管理程序

為了讓客戶有最佳的產品體驗，台灣 Panasonic 集團訂立完整品質反應流程，制定改善程序，在收到顧客反應意見後，將意見反應至各相對應的負責單位，由各負責單位確認並提出因應的對策與改善作為。



針對重大品質事件，台灣 Panasonic 集團訂定一套處理流程，將檢測之產品品質區分為黃卡與紅卡，並針對不同情境提出相對應的處理措施與流程。

#### 黃卡

- 新商品上市三個月內，相同不良現象、不良零件發生三個以上
- 立即召開品質檢討會實施改善

#### 紅卡

- 嚴重性高於黃卡、有安全疑慮，法規違反
- 立即停止出貨，並召回、召修產品，同時召開品質檢討會實施改善

## 2.4.3 品質管理系統

台灣 Panasonic 集團持續優化產品品質管理系統，更獨自開發商品品質警示系統，全面檢視產品品質之不良率，2021 年度在市場服務對應上，台灣松下增加手機 APP 功能，使得經銷商可以透過手機查詢商品的登錄 / 受理 / 跟催的情報，提高台灣 Panasonic 的市場服務滿意度。

#### 商品品質警示系統

分為新機種產品不良自動通知與舊產品不良率惡化通知，每週一系統將自動發信通知品質案件

#### 國際 IT 法規雲

由總公司定期更新全球安全法規，台灣亦設置專職人員管理追蹤，每月定期召開定例會議更新與討論

#### 服務管理系統

統整商品維修紀錄管理系統、服務材料庫存管理、顧客滿意度調查等，可將多方資訊彙整供管理層分析並做品質規畫調整

## 2.4.4 品質管理教育訓練

為了讓品質管理系統運作更順利，以增進整體產品品質控管績效，集團定期舉辦相關教育訓練與研習課程，讓「提供安心可靠的產品」的核心理念融入於供作日常與企業文化之中，以提供更加專業且精確的品質管理服務。2021 年度共舉辦 74 場商品、品質相關之教育訓練，總時數為 474 小時，包含內部員工、委外廠商及經銷商在內，參與人次共達 2,902 人。

## 2.4.5 品質改善成果

2021 年，台灣 Panasonic 集團品質損失金額率(%) (品質損失金額 / 販賣金額) 達成事業計畫目標 0.3% 以下。



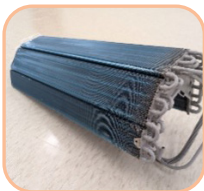
### 遙控器對應第四台後，發生遙控器電視的返回鍵沒有作用

遙控器單體韌體修改更正，次期機種起新遙控器開發檢証項目及部門增加，以期早期發現問題避免再發



### 空調室外機 4 個腳架全銹蝕

1. 室外機框體塗料改採用耐候防腐蝕性塗料
2. 腳架改採用鍍鋅鋼板 + 耐候塗料塗裝



### 希望能將室內機防鏽塗層從單一側改為兩側防鏽處理

室內機兩側全面實施防鏽塗裝，並提升耐腐蝕的防護力年限

除此之外，2021 年台灣 Panasonic 集團更榮獲上級單位 CNA (中國東北亞公司) 頒發的新產品品質改善獎，肯定公司對產品不斷改善的努力。

目標	品質損失金額率 (%) (損失金額 / 販賣金額)
 2021 年達成情形 / 達成率	0.30%
 短期目標	前年比降 5%
 中長期目標	前年比降 5%



## 2.5 供應商管理

台灣松下電器致力於營造利於環境、社會、經濟的商業模式，不僅對於自身所採購之原料、零件有所重視，也持續推動供應鏈合作夥伴廠商加入永續行動的行列，與供應商簽署包含尊重人權、安全職場環境、環境等相關行為準則，並致力於提升品質、成本、交貨期、服務（QCDS）的評鑑結果；期望藉由優化嚴謹、健全的供應商管理，建構可持續發展的產業供應鏈。

台灣松下電器之原物料包含機械及零件、原材料、電子產品、物料、模具等五大類，除部分原材料、技術指定及廣泛品由日本母公司進口外，其餘原料向台灣廠商採購，主要分布於台北及桃園地區。

機械及零件	塑膠射出 / 真空成形 / 塑膠二次加工機、橡膠、玻璃、絕緣材料、紙箱等
原材料	塑膠粒、鐵板、鋁素材、銅管、基板材料等
電子產品	電阻器、電容器、線圈、變壓器、基板、半導體等
物料	布料、接著劑、塗料、氣體等
模具	塑膠成形模、沖床成形模等

### 2.5.1 永續採購方針

台灣 Panasonic 集團期待將自身的影響力發揮到最大，推動供應商夥伴共同成長、實踐永續行動，因此我們以環境、社會、經濟三大面向為基礎，訂定我們的永續採購方針，透過綠色採購、供應商評估以及教育訓練，保持企業社會責任意識，並與實踐企業社會責任的供應商合作，建立符合經濟、環境、社會等永續價值及共存共榮的夥伴關係。



### 2.5.2 綠色採購規範

台灣 Panasonic 集團持續優化綠色採購行動，要求供應商符合全球松下集團管理規範，並簽訂《製品中不使用規定化學物質保證書》。此外，也透過與母集團定期討論及共享目前全球相關法規訊息，達成全面禁用有害化學物質之目標。台灣 Panasonic 集團以綠色採購管理系統 (GP-Web)，檢視交易的零部件含有的化學物質材料中是否使用到 26 項 1 級禁用物質或 EU REACH-SVHC 物質，並由供應商自主宣告材質中含有的化學物質並登錄到 GP-Web 系統，以確保生產的製品是符合全球限制法規的要求。

另外，為了響應歐盟的 RoHS(危害性物質限制指令)標準，台灣松下電器自 2019 年開始嚴格實施歐盟塑化劑管制，以保護環境生態及客戶健康，2021 年塑化劑管理實行流程與成果如下：






### 2.5.3 供應商管理與評估

台灣松下電器訂有「衛星工廠開發基準」，將供應商視為重要的事業夥伴。除平時供應商會議、教育訓練，並針對供應商實施信用調查評鑑，要求供應商到達 50 分與 B 等級以上才合格，進一步降低供應鏈違約之風險。除上述之外，我們以品質力 (Q)、成本力 (C)、交貨期 (D)、服務 (S) 四大項目對供應商進行評核，針對表現不如預期之廠商亦有輔導計畫，協助其改善營運表現。台灣松下電器期望與供應商建立長期互相信賴的關係，並以共存共榮的正面態度與供應商合作，攜手共創良好的商業環境。

### 供應商風險管理

我們透過全球 Panasonic 集團所設置全球採購中心與 Panasonic G-MATICS 全球調達系統，結合各地 Panasonic 集團，統一集中採購合理化價格，並施行風險管理對應與管理。針對特定原物料，台灣松下電器亦建立第二供應商制度，在災害或意外發生時能及時轉移生產，以確保營運不中斷。針對廠商開發審核率、交貨期管理率，我們計畫未來 3-5 年目標率達到 100%，D1 等級供應商比例達到 35%。

	廠商開發審核率	交貨期管理率	D1 等級供應商比例
 2021 達成情形	100%	95%	22%
 短期目標	100%	98%	30%
 中長期目標	100%	100%	35%

### 供應商行為準則

台灣松下電器 2020 年發布新版全球交易基本契約，為確保供應商落實企業社會責任，制定了 Panasonic 「供應鏈 CSR 推進準則」，開發新廠商皆會採取實地監察，除 RoHS 之要求、QCDS 評價需達到 70 分以上才可進行開發外，還須取得 ISO9001/14001 認證及經營信用評估調查。同時也須符合松下的供應商行為準則。

**安全衛生**

職場安全及緊急對應和培訓、對身體造成負荷的作業、機器裝置設施的安全措施與安全衛生的日常交流

**環境**

供應商在生產活動、產品開發方面，要考慮對社會、環境、天然資源的不良影響控制在最低限度，須簽署 Panasonic 集團環境基準文件  
(1) 綠色採購基準  
(2) 化學物質管理等級方針

**倫理**

禁止貪汙賄賂與不正當收受利益、尊重知識產權禁止濫用優越地位、正確的出口管理與公正交易

**勞動**

禁止強制性勞動、禁止使用童工，人道主義待遇消除差別

**資訊安全**

防止個資洩漏、防禦電腦及網路威脅

**品質與安全性**

提供正確的產品和服務信息、確保產品安全性

**風險評估與管理**

包含生產現場、倉庫及保管設施、支援機器，研究所及實驗區、洗手間、廚房、食堂以及勞動者宿舍

**營運持續計畫**

供應商應制定 BCP (Business Continuity Plan)，並實施對策

為了強化台灣松下之供應鏈品質，台灣松下電器對既有供應商每年利用 QCDS 制度鑑別有實際潛在負面衝擊之廠商社數，並對供應商進行稽核與評估。2021 年共完成 184 社供應商稽核，成果如右：

針對不合格之供應商，我們針對不合格事項，要求供應商回覆檢討做法並監督執行，若二次評估仍不合格者，則終止與供應商之合作關係。

**在地供應商稽核結果**

既有供應商社數	196	
經評估之供應商社數	184 (12 社模具排外)	
已鑑別有實際或潛在負面衝擊社數	7	
評估高風險或不合格社數	0	
輔導社數	1	
輔導改善	經輔導後合格供應商社數	0
	終止合作社數	0

**2.5.4 承攬商管理**

針對承攬商之安全衛生管理，台灣松下電器建立承攬商管理機制，從三大面向積極建構管理措施，包含承攬商安全衛生教育訓練、承攬商評鑑以及承攬商巡檢。台灣松下電器除要求承攬商取得安全衛生丙級業務主管證照外，更主動聘請講師、提供承攬商免費證照課程，透過合作與資源共享，提升廠區安全衛生管理，確保廠內人員與承攬商安全。

**教育訓練**

提供承攬商免費證照課程  
安全衛生教育訓練

**承攬商評鑑**

安全衛生丙級業務  
主管證照合格率

**承攬商巡檢**

承攬商工傷情形

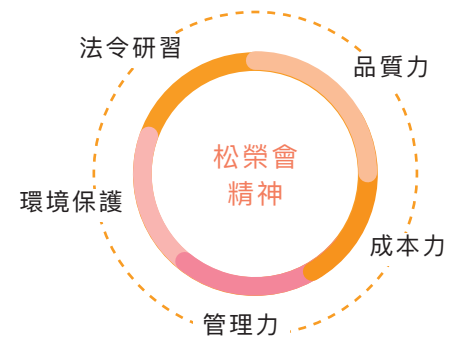


## 2.5.5 永續的引領者 – 松榮會

為了以實際行動實現永續經營目標，台灣松下電器成立松榮會，協助我們的供應商夥伴一同成長。2021 年度台灣松下電器共有 81 社供應商會員，舉辦多元化活動，包含交流會、供應商環境安全教育訓練、國內優良公司參觀等等，此外，也舉辦優良工廠選拔優秀事例競賽。

每年 4 月、10 月舉辦之新商品發表會，2021 年考量 COVID-19 因素，不對外開放。

松榮會年度大會	83 人	QC CHECKER 研修	8 社 23 人
幹部交流會	16 人	會員工廠資訊 安全診斷	10 社
供應商環境安全 教育訓練	26 社 58 人	國內優良公司參觀	28 社 36 人
RoHS 管理研修	13 社 18 人	優良工廠選拔	10 社提案



## 2.6 倉儲物流管理

台灣 Panasonic 集團重視服務品質，不僅是產品、服務態度能夠滿足消費者的需求，更重要的是能將商品完整送到經銷商及消費者手中，因此台灣 Panasonic 集團內部設有物流部門，分別對倉儲、運輸、以及輸出入業務進行管理，期望能以最良好的品質配送貨物，減少商品損壞機率。

### 2.6.1 物流業者評價實施細則

台灣 Panasonic 集團合作的物流業者共有 13 社，其中 6 社為生產入庫、調撥等相關業務，7 社為發送貨物相關業務。為了能確保品質，台灣 Panasonic 集團訂立「物流貨運業者評價 (KPI) 實施細則」，將生產入庫、調撥及發送分為兩組，個別進行三大指標的審查，2021 年兩組綜合評價平均分數分別為 89 分和 90.2 分，審查結果良好，顯示台灣 Panasonic 集團的物流管理品質。

評價指標及得分		
指標	項目	得分
生產入庫、調撥	• 商品搬運	89 分
	• 司機行為	
	• 作業安全	
發送	• 商品搬運	90.2 分
	• 司機行為	
	• 顧客對應	

### 2.6.2 物流業者會議

為了能與物流業者維持良好關係，並且保持優良品質，台灣 Panasonic 集團每年都會與業者進行多場會議檢討需要改進的內容。2021 年共舉辦了 6 場與業者的會議。



## 2.6.3 送貨服務問卷調查

為了能接收到顧客最真實的回饋，了解送貨品質，台灣 Panasonic 集團要求貨運業者司機在商品送達後回報物流系統將發送簡訊。提供給顧客反映送貨品質的渠道如下：



在收到顧客的反饋後，台灣 Panasonic 集團會依據顧客反饋，即時了解情況並協助顧客解決問題。同時，也會將問題點納入物流業者會議溝通時提案討論，並加強人員教育訓練及審查，不斷精進服務品質，將台灣 Panasonic 集團最好的一面展現給顧客。

## 2.7 經銷商合作

經銷商、代理商是台灣松下銷售公司重要的合作夥伴，也是最直接接觸顧客、傳遞 Panasonic 品牌形象的第一線人員，目前代理台灣松下銷售公司的經銷商總數為 1,214 家，期望透過多元合作模式，建立經銷商與 Panasonic 一體的認知，以提供令顧客滿意的服務、深化對 Panasonic 品牌信任度。

合作經銷商家數	
家電	1,139
建築	67
商用	1
整合	7
TOTAL	1,214

我們提供了多元輔助經銷商之平台，包含經營理念、如何打造經營、行銷策略、如何利用自身媒體與公司活動資源進行結合及勞基法等相關知識分享，期望能夠協助經銷商成長並與經銷商一同進步。

### 2.7.1 經銷商經營管理系統

台灣松下銷售公司於 2019 年發佈針對經銷商設計的線上經營管理系統 – 第二代 NICE 系統，透過台灣松下電器免費提供的雲端服務進行管理，協助經銷商提升其經營管理效率。並於 2021 年更新了 E-learning 研修專區、影音 / 銷售墊板專區、商品價格表。

### 2.7.2 經銷商交流平台

為了與經銷商建立緊密、有效的連結，我們積極建立各經銷商的交流管道，針對不同屬性的經銷商建立專屬的交流平台，包含針對二代接班者建立的二代會、協助女性經銷商的小家電聯誼會以及輔導新加盟經銷商夥伴之新取引店經營研修會。2021 年，共舉辦 9 場經銷商交流活動，參加人次達 523 人次。

 參與 **17** 人

**二代經營研修**  
混合店二代回訓研修

3/16-18(新竹)

 參與 **312** 人

**二代聯誼會分會活動**  
因疫情關係改各地區舉辦

11/24(桃園) 11/25(台中)  
11/26(高雄) 11/29(台北)

 參與 **194** 人

**小家電聯誼會分會活動**  
因疫情關係改各地區舉辦

11/11(台中) 11/16(台北)  
11/18(高雄) 11/25(新竹)

## 二代經營研修

2021 年松下銷售舉辦了二代經營研修會，為期三天的研修，讓各接班人於新竹老爺酒店接受經營相關培訓，包含：勞務法律課程、銷售說服力課程等等



## 二代聯誼會分會

二代分會持續與各接班人分享全方位的經營知識，2021 年的台北場與桃園場的專題分享包含掌握人性價值行銷、手機 DIY 影音行銷、掌握社群行銷 – 精準接觸客群



## 小家電聯誼會分會活動

為了能夠促進家電業同仁的感情，從而提升整體產業的凝聚力，松下銷售歷年來均舉辦小家電聯誼會活動，讓家電業同仁透過烹飪課程增進彼此交情



## 2.7.3 經銷商教育訓練

為強化經銷商專業能力與技能、提升商品知識，台灣松下銷售公司每年針對不同項目舉辦講習會，針對後疫情時代市場環境變遷，台灣松下銷售公司也於課程中提供分析與應對策略，期望能給予適當資源協助經銷商永續經營。

訓練項目	舉辦場次	參與人次
商品教育講習、新商品販賣手法說明會	141 場	6,473 人次
系列店巡迴講習	23 場	1,061 人次
法人商品講習	25 場	700 人次
二代回訓課程	1 場 (三天)	16 人次
社員研修課程	5 場	748 人次



### 章節亮點

- 承諾 2030 年全事業碳中和，成立 GX 推進室，下轄 5 個小組進行管理

- 開發 Advanced X 能源管理系統

- 台灣松下電器榮獲經濟部 IPO 綠色系統夥伴獎

### 重大議題

能源管理及節能減碳

產品生命週期

## 3.1 環境承諾與願景

### 3.1.1 全球 Panasonic 集團永續承諾

# Panasonic GREEN IMPACT

#### 承諾

Panasonic 集團訂立全球承諾「Panasonic Green Impact」，期許自身以四個階段分別不同的影響力為主軸，透過商業營運規劃實際行動，由內而外的擴散影響力，協助建構淨零碳排社會

#### 願景

為此，Panasonic 集團也訂立了「2030 年全事業碳中和」及「2050 年耗能 < 創能」兩個環境願景，希望能夠作為 Panasonic 集團每年回顧成果時對自己的警惕以及向前努力邁進的里程碑

#### 實績

至今，Panasonic 集團已經為了淨零碳排社會做出了許多實際的行動，包含開發新能源電池、響應 RE100 的能源解決方案、居家的節能產品、商用設備節能系統等等。未來我們也將持續勉勵自己，做出更多能幫助社會節能減碳的產品

### 事業伴隨 CO<sub>2</sub> 總排出量的削減

#### 2030 年止 CO<sub>2</sub> 排放量實質為零

Panasonic 全球約有 250 家工廠，2020 年間使用約 50 億 KWh 電力，換算成 CO<sub>2</sub> 約有 220 萬噸，透過先端的製造技術與潔淨能源解決方案，從工廠的 CO<sub>2</sub> 削減、實現製造的碳中和。



Panasonic 日本草津燃料電池工廠用電，由 PV + 蓄電 + 氫燃料電池的組合供給 (2022 年 4 月開始運行)

#### 客戶使用商品的 CO<sub>2</sub> 排放量削減

Panasonic 的商品，每日 10 億人以上使用，伴隨顧客生活的電力消費間接排放的 CO<sub>2</sub> 大約有 8600 萬噸，透過更節能商品及解決方案的開發，達成顧客日常生活上 CO<sub>2</sub> 排出量的削減。

### 擴大對於社會的 CO<sub>2</sub> 削減貢獻

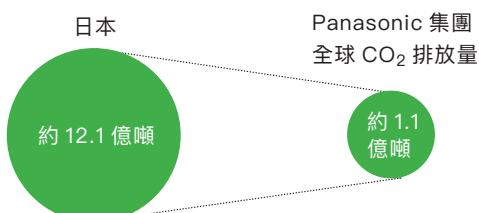
Panasonic 集團在生活、街道、移動、供應鏈等地各種社會領域的廣泛事業運營中。

我們徹底在能源使用量上進行削減，及潔淨能源的創出及利用關聯解決方案，在 B2B/G 的顧客推廣，加速碳中和在社會全體的實現。



「Panasonic 台灣成立 GX 推進室推動碳中和」

### 全球暖化課題與 Panasonic 集團自身的責任



- 2020 年日本全國年度 CO<sub>2</sub> 總排放量約 12.1 億噸
- 2020 年 Panasonic 集團在全球的 CO<sub>2</sub> 總排放量約 1.1 億噸  
超過挪威、瑞典、丹麥三國的總排出量。Panasonic 認為這 1.1 億噸為自身的責任，將盡力推動削減

### 3.1.2 回顧過去：2021 綠色行動計劃

為達成 Panasonic 2030 年全事業碳中和與 2050 年「耗能 < 創能」的環境願景，台灣 Panasonic 集團每三年與全球 Panasonic 集團一同訂定下一階段之挑戰，故推動「2021 綠色行動計畫」以落實減碳目標，本階段重點強調「節能」與「儲能」。2021 年永續經營績效優越，榮獲多項殊榮，台灣 Panasonic 集團將以此不斷精進，向未來之目標邁進。



台灣 Panasonic 集團榮獲「2021 年度經濟部 IPO 綠色系統夥伴獎」；台灣松下電材也以改良冷氣設計獲得 Panasonic 母集團的環境改善表彰



#### 「綠色行動計畫」2021 年執行實績

	全球總目標		中和廠區		
			目標	2021 年達成情形	2021 年達成作為
能源	相對於所用能源總量，擴大創能總量的比率	<ul style="list-style-type: none"> <li>增加產品與服務的節能效率</li> <li>擴大儲能相關事業</li> <li>利用 AI/IoT 產品與服務達到節能產品與服務之功效</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>CO<sub>2</sub> 排放量原單位對前年比降低 1%</li> </ul>	因產能增加未達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>因產能增加，2021 年較 2020 年用電量增加 3.53%</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>推廣零碳排工廠</li> <li>增加再生能源使用或購買</li> <li>開發新型能源燃料電池</li> <li>在生產過程中達到節能效果</li> <li>空壓機及空調設備汰舊換新</li> </ul>			
資源	<ul style="list-style-type: none"> <li>創造循環經濟商業模式</li> <li>減少資源消耗並採用永續性原料</li> <li>工廠端藉由廢棄物回收達到零廢棄物之目標</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>資源再利用率達 99.5% 以上</li> </ul>	達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>一般事業廢棄物再利用、回收及再生使用比例為 6.10%</li> <li>除掩埋外於可再利用、回收及再生使用之資源實際化率達 100%</li> </ul>	
化學物質	<ul style="list-style-type: none"> <li>將生產活動與產品中化學物質對環境的負荷降到最低</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品停止使用有害物質</li> </ul>	達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>符合歐盟 2019 年 7 月發佈之 RoHS 2.0 法令</li> </ul>	
用水	<ul style="list-style-type: none"> <li>減少資源消耗並採用永續性原料</li> <li>進行水錶分錶勾稽查漏</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>用水原單位對前年比降低 1%</li> </ul>	因產能增加未達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>因產能增加，2021 年較 2020 年用水量增加 5.46%</li> </ul>	
生物多樣性	<ul style="list-style-type: none"> <li>推廣永續性原物料採購</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續評估供應商之環境績效</li> </ul>	達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>台灣 Panasonic 集團遵照全球 Panasonic 政策，對供應商之環境績效有嚴格評估，並於可行範圍內陸續採購永續性原料</li> </ul>	
在地社區	<ul style="list-style-type: none"> <li>於在地社區推廣環境倡議並教育下一代</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>不定期舉辦及推廣環境教育</li> </ul>	因疫情未達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年共舉辦 5 場員工親子環保教育宣導活動，由內而外提高社區環境保護意識</li> </ul>	
法令遵循	<ul style="list-style-type: none"> <li>確保符合當地環境法規</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>零環境違規</li> </ul>	達成	<ul style="list-style-type: none"> <li>本年度無任何環境法規相關違規事項</li> </ul>	

註：CO<sub>2</sub> 原單位為 CO<sub>2</sub> 排放量（千噸）/ 當年度銷售額（百萬元）用水原單位為用水量（千噸）/ 當年度銷售額（百萬元）

### 3.1.3 放眼未來：綠色價值鏈管理

#### 綠色價值鏈管理架構

台灣 Panasonic 集團放眼直指 2030 年的全事業碳中和，為追求潔淨能源與更舒適生活品質的社會，以及因應全球氣候變遷下帶來的風險與危機，於 2021 年成立了 GX 推進室，下轄五個小組，包含供應鏈管理小組、物流運輸管理小組、再生能源管理小組、營運節能管理小組、節能商品開發小組，從上游到下游進行整條價值鏈的環境策略規劃及管理。



#### 2021 年經營績效

2021 年綠色價值鏈的經營狀況優良，為 2030 年全事業碳中和目標的執行與發展奠定了良好的根基。



#### 成效評估與策略規劃

為了能夠確保台灣 Panasonic 集團的發展情形與母集團的策略目標方向一致，台灣 Panasonic 集團透過一套嚴謹的環境管理考核機制，針對公司的營運價值鏈進行全面的經營成果檢視，並將數據向日本母集團回報，再根據過往的統計資料，設定未來須達成的相應目標。

##### 環境管理考核機制



環境部門每月監控全公司能源使用量、水使用量與廢棄物產生量，並進行目標達成比對，若有異常狀況需進行分析與改善



環境部門將環境績效登錄於全球 Eco system 線上系統，由日本總部監控能資源使用情形，若有異常須回報差異說明及改善計劃

## 3.2 智慧能效

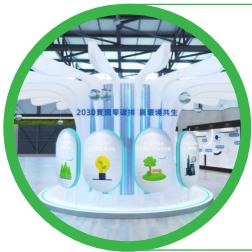
### 重大議題 – 能源管理及節能減碳

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
•原單位較前一年度降低 1.5%； 節電量為前一年度用電量 2% 以上	•至 2025 年前，原單位較前一年度降低 1.5%； 節電量為前一年度用電量 2% 以上	•2030 年前達成全事業碳中和， 2050 年達成全球 Panasonic 環境願景「耗能 < 創能」
2021 年實績		

1. 因產能增加，2021 年較 2020 年用電量增加 3.53%

Panasonic 致力於「節能」、「創能」、「儲能」和「能源管理」四個概念全面減少二氧化碳排放量。藉由多項計畫與技術全力向「2030 年全事業碳中和」之目標與「2050 年耗能 < 創能」的願景邁進，減少環境負載，落實環境永續。

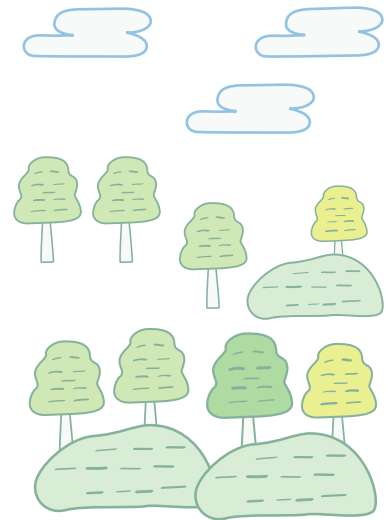
此外，台灣 Panasonic 集團也以「永續樹」作為 Panasonic 對於節能減碳這條路上不遺餘力的付出為象徵，並以此期許自己能在未來持續不斷的為社會貢獻減碳的力量。



Panasonic 集團於新空調商品發表會內的主要路口處設置「永續樹」，並說明集團在 2030 年全事業碳中和的承諾，以及 Panasonic 如何在這條路上與環境共存的決心



台灣松下銷售公司於 2021 年搬遷至台北市中正區的新大樓，為保護於原址的參天古樹，此大樓在規劃時即以環繞大樹的方式興建，充分體現台灣 Panasonic 與環境共存的理念



台灣 Panasonic 集團近年來不斷透過節能產品來協助消費者節能減碳，根據台灣 Panasonic 集團的空調年銷售量 30 萬台，每年約可省下 202 百萬度電，相當於 40 億棵樹、81 萬座大安森林公園的碳吸附量



### 3.2.1 智慧節能

#### 家用智慧生活提案 SUMAie



Kurashi solution  
**SUMAie**

台灣 Panasonic 提供給消費者 SUMAie 的智能住宅改善方案，結合 ECONAVI 及 IAQ 兩大科技，通過空調、換氣、照明進行自動控制和管理的系統，實現更加舒適、節能環保的生活空間

#### ECONAVI 智慧節能科技



台灣 Panasonic 集團近年來不斷開發智慧節能科技「ECONAVI」，從家電事業出發，積極透過各項 AIoT 技術，結合創新的設計幫助消費者節能減碳

#### IAQ 空氣品質系統

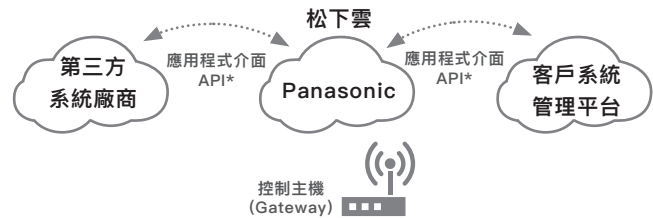


通過 IAQ 空氣品質系統對於室內空氣的監控，智能控制供氣和排氣，促進空氣循環，提升室內空氣品質

#### Advanced X

台灣 Panasonic 集團於 2021 年度開發了 Advanced X 的智能能源管理系統，通過設備控制、電力查詢、故障履歷、運轉查詢、資產管理、系統設定六大功能，讓顧客能掌控店內的電力使用情形，進一步的去規劃節能減碳

#### 系統架構說明



#### 設備控制



#### 故障履歷



#### 電力查詢



#### 運轉查詢



#### 資產管理



#### 系統設定





### 3.2.2 智慧創能

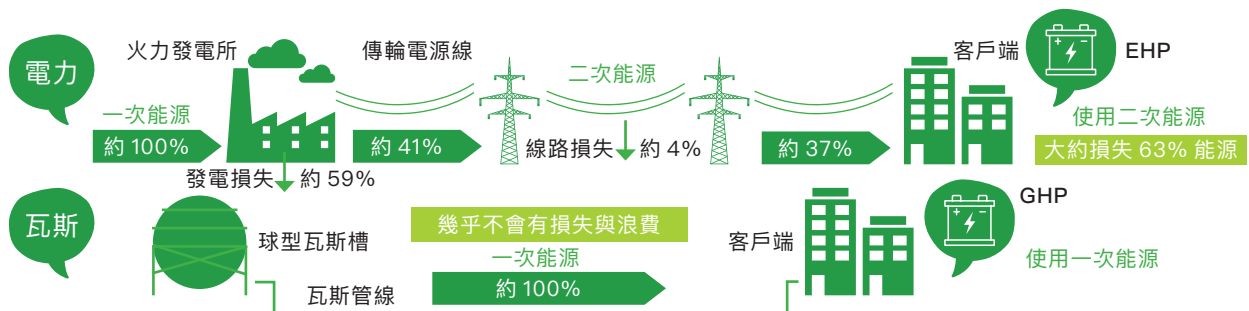
#### 中油新能源實證合作與燃料電池生產

台灣松下電器長期以來與台灣中油公司合作，在 2019 年即完成了二台 700W 燃料電池的建置。2020 年持續發展，完成燃料電池 EMS 即宿舍熱水器系統的建置。同年，又接受日本松下在中和廠的純氫燃料電池試做生產。2021 年，台灣松下電器延續與台灣中油的 MOU 合作備忘錄，希望能將 Panasonic 的技術與台灣中油的能源體系結合，持續邁步無碳社會



#### GHP 瓦斯空調合作與研修教室設立

從 2019 年起，台灣松下電器與大台北瓦斯公司合作，設置採用 GHP 型瓦斯空調，實際驗證瓦斯空調實用效能。經測試由天然氣直接供應到使用端空調確實能有效運用能源，降低發電衝擊及輸電損失效能。以二台 20 匹馬力之瓦斯空調為例，每小時約可省下 16 度的電力。2021 年度台灣松下電器進一步的與大台北瓦斯公司合作進行瓦斯空調系統的推廣及安裝，期許能夠大幅降低尖峰用電，並能夠在不受電力供應影響冷氣運行的生活空間。爭取透過事業力量，為台灣貢獻 Panasonic 作為產業人的本分



而隨著雙方技術上合作的進展，台灣松下電器也進一步的與大台北瓦斯公司合作設立 GHP 瓦斯空調研修教室，希望能夠給予產、官、學界更專業的優質服務。該教室也於 2022 年的 1 月正式啟用，除了不斷精進研發外，也開放客戶參觀，讓大家更認識 GHP 瓦斯空調產品



### 3.2.3 智慧儲能

#### 儲能合作計畫：助客戶提升用電效率

松下產業科技於 2020 年開始陸續與家樂福、佳世達建立儲能合作計畫，松下產業科技採用自有 21700 電芯，開發出高電壓大容量電池系統，可有效整合再生能源與區域型用電。不僅幫助家樂福中原店省 3% 電費、佳世達龜山廠節省 2% 電費，更是有效優化緊急備源系統及提升太陽能發電的電力儲存與調節



## 節能、創能、儲能的結合：台南沙崙綠能科學城

早自 2014 年起，台灣松下電器就引進藤澤永續發展城市的經驗，積極與台南市政府合作推動智慧低碳宜居城市，透過設置太陽能板發電、鋰電池儲能及能源管理系統等能源設施，實證透過創能、節能、儲能的零排碳生活。2020 年 12 月起更在沙崙科學城與工研院合作，設置智慧居家實證屋，進一步探討節能及電力調控課題，2021 年度實證實驗結果優異，藉由導入智慧家電及空氣品質管理系統，調節電力負荷需求，可有效節省電力耗用及排碳量



## 3.3 低碳管理

台灣 Panasonic 集團以「綠色經營革新」為理念推動營運流程，致力於節能減碳與永續發展、投入資金購置各項節能及環保設備，並以經濟和環境永續企業為目標，竭力減少生產過程中的碳足跡，降低環境負載。

本小節之範圍除特別標註之外，揭露範疇涵蓋台灣 Panasonic 集團中四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料。另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團之中和廠區部份資源，因此本章節所稱之中和廠區為此兩家製造公司之代稱。

### 3.3.1 能源管理

台灣 Panasonic 集團之能源耗用以製程用電為大宗，其次為天然氣，約佔總能耗用量的 20%，2021 年能源消耗量減少 19.3%。未來我們也將配合 2030 碳中和之目標，持續減少能源損耗與碳排放，提升能源使用效率，為友善環境盡心盡力。

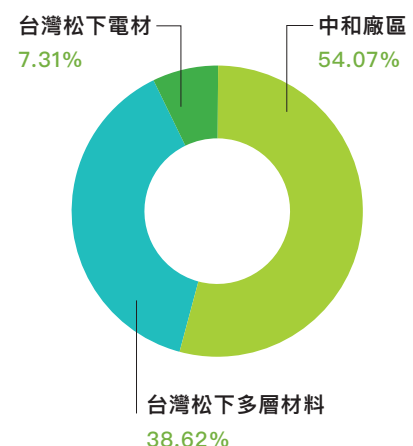
台灣 Panasonic 集團製造公司能源耗用情形

能源類型	原始單位	原始單位			轉換為 GJ		
		2019	2020	2021	2019	2020	2021
非再生電力	度	54,308,540	53,123,848	41,462,829	195,510	191,246	149,265
再生電力	度	22,885	24,018	33,391	82	86	120
天然氣	立方公尺	2,240,864	2,253,177	1,931,756	84,438	84,900	72,777
液化石油氣	公升	138,623	129,987	71,717	3,851	3,611	3,622
加總					283,881	279,843	225,784

\* 電力轉換係數 1kWh = 0.0036GJ ; 1cal = 4.1868 GJ

\* 能源熱值參考經濟部能源局之公告熱值

台灣 Panasonic 集團  
能源消耗量占比



台灣 Panasonic 集團於廠區內建置能源監控系統，以蒐集各電力饋線用電狀況並運用數據分析，規劃節電措施。2021 年各製造工廠透過製程優化、工廠檢查以及汰換老舊高耗能設備共節能約 901,076 度，節碳量約 452 噸。透過持續改善能源使用效率，台灣 Panasonic 集團將積極朝節能減碳目標邁進。

### 台灣 Panasonic 集團節能專案

公司	專案名稱	專案內容	節能度數	減碳量 (公噸 CO <sub>2</sub> e/年)	花費資源 (百萬元)
中和廠區	空壓機汰舊換新	公用區空壓機更新為高效率變頻空壓機	171,113	86	3.86
	變壓器汰舊換新	公用區變壓更新為高效率變壓器	115,685	58	3.87
	箱型空調更新為變頻空調	辦公區域汰除箱型空調更換為變頻空調	226,945	114	7.40
松下電材	節能型生產設備更新	直壓成形場 2 台電磁式(節能型設備)直壓機更新	9,983	5	9.00
	高耗能製程改善	高耗能製程(電路部品毛邊去除用噴砂機)報廢	140,000	70	-
	設備生產性提昇	提高設備運轉效能(縮短成型加熱時間)降低用電	34,526	17	-
	更換老舊冷氣	更換 20 年以上老舊耗能低效率冷氣	3,300	2	0.15
松下 多層材料	停用大型空調主機	停用大範圍空調主機，改以區域型主機替代	175,780	88	0.82
	蒸氣鍋爐排水異常調查	停用多餘幫浦，節省使用能源	23,744	12	0.30
加總			901,076	452	25.4

\* 溫室氣體排放量計算採用能源局公告之排放係數，其中電力排放係數為 0.502 kg-CO<sub>2</sub>/kWh。前述排放係數僅考量 CO<sub>2</sub>，其他種類溫室氣體由於對排放量最終結果影響極微，故未納入計算

\* 溫室氣體排放量未經第三方查證

此外，為了達到 2050 年耗能 < 創能的目標，台灣 Panasonic 集團近年來也由 GX 推進室底下的再生能源小組推動，階段性的規畫建置再生能源，期待能透過再生能源的建置減少能源使用量及排碳量。

### 規畫建置再生能源 – 推動碳中和

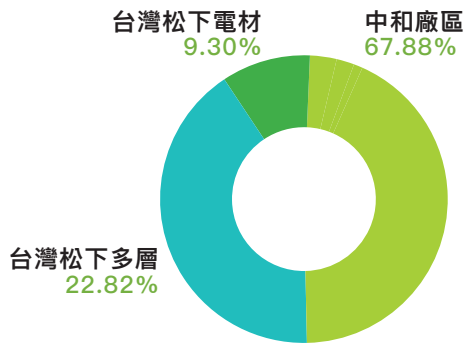
台灣松下電器集團為達成 2030 年全事業碳中和的規劃，積極開發再生能源的應用，如今已完成廠區內建築物太陽能板設置的規劃，並將在未來持續規劃建置再生能源，2030 年前規劃如下：

19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
											
中和廠區太陽能建置											
											
高雄仁武倉庫太陽能建置											
											
中和廠區燃料電池建置											
											
採購再生能源 / 碳權											

### 3.3.2 溫室氣體管理

台灣 Panasonic 集團最大溫室氣體來源為外購電力所產生之範疇二間接排放溫室氣體。近年來藉由節能省電控制範疇二排放，成效卓越。依循 Panasonic 全球減碳目標，台灣松下電器承諾在 2030 年前 CO<sub>2</sub> 排放量為 0，並以此自我要求每年減量 1.5%，2021 年達成此目標。

2021 年溫室氣體排放量占比



2021 年溫室氣體排放量統計

(單位：噸 CO<sub>2</sub>e)

範疇一	3,858.34
範疇二	20,814.34
排放量總計	24,672.68

#### 亮點專案

##### 空污防制設備引進

台灣松下電器新增濕式洗滌塔 1 座，對應空調事業新設水性漆噴塗製程的污染防治作業。2021 年正式啟用後減少約 0.0432 公噸 (10%) VOCs 年排放量



##### 燃料機械電動化

為了減少在倉儲運送作業時產生的廢氣，讓廠區的空氣品質更加乾淨，台灣松下電器物流事業在 2021 年引進 4 台電動掃地機、4 台電動堆高機，未來也將持續規劃汰換掉所有柴油堆高機



##### 空污防制環保車隊

台灣松下多層材料依照政府規範，使用四、五期環保車輛，確實保養維護車輛，維持空氣污染防制設備有效運作，定期檢驗符合標準，獲新竹縣政府頒發「推動環境友善企業 - 環保車隊」獎項



## 3.4 資源管理

### 重大議題 – 產品生命週期

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
•資源再利用率達 <b>100%</b>	•提供供應商相關教育訓練，將資源再利用之理念推廣至供應商	•達成供應商共同響應資源再利用率達 <b>100%</b>
2021 年實績		
1. 一般事業廢棄物再利用、回收及再生使用比例為 <b>6.10%</b>		
2. 除掩埋外於可再利用、回收及再生使用之資源實際化率達 <b>100%</b>		

台灣 Panasonic 集團為響應 2021 綠色行動計畫，積極投入資源管理。台灣 Panasonic 為資源管理訂立了完整的管理辦法，同時確實執行。管理辦法中針對水質處理流程、水質處理設備維護、廢水管理、廢棄物管理等明訂相關管制程序；另外，也針對工廠用水的檢驗項目、規格標準、抽樣頻率等訂定不同管制監控標準。

本小節之範圍除特別標註以外，原則包括台灣 Panasonic 集團中四大製造公司：台灣松下電器、台灣松下電腦、台灣松下電材以及台灣松下多層材料。另因台灣松下電器與台灣松下電腦共同使用台灣 Panasonic 集團之中和廠區部份資源，因此本章節所稱之中和廠區為此兩家製造公司之代稱。

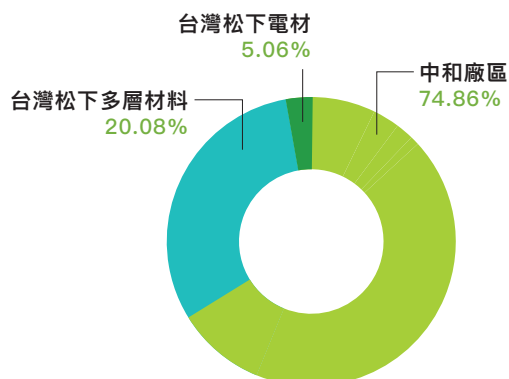
#### 3.4.1 水資源管理

水資源管理為台灣 Panasonic 集團所關注之環境指標。台灣松下電器於 2020 年導入分支水錶每日檢核有無漏水現象，及早發現異常以提前應對。2021 年度耗水量下降到 189.51 千噸，相當於節省 1.2% 用水量。其中以自來水為主，佔總用水量的 92.7%，包含生產、員工餐廳及宿舍等用水。

台灣 Panasonic 集團水資源數據統計

年度		2019	2020	2021
地下水	使用量 (百萬公升 ML)	11.83	12.03	15.26
	比例	5%	6%	7%
自來水	使用量 (百萬公升 ML)	207.89	195.61	193.73
	比例	95%	94%	92.7%
總用水量		219.72	207.65	208.99

2021 年用水量佔比



### 水錶分錶勾稽查漏與水資源回收

台灣松下電器於 2021 年執行水錶分錶勾稽查漏，檢測管路以防止水資源浪費，若發現漏水立即修復管路，以珍惜每一滴水資源，並結合 2017 年導入水回收及回收水處理系統，將廠內可再回收利用之廢水回收處理後用於澆灌、沖廁或洗滌等用途。2021 年回收水占總用水比例約 9%



### 蒸氣鍋爐異常調整

台灣松下多層材料為提升水資源管理安裝區域流量計，並發現蒸氣鍋爐區於停機期間仍有大量用水，因此做了深入的調查。查後發現過去的補水源頭並未關閉，在經過調整後用水符合生產配料狀況，用水削減率為 78%

日期	ROF=>2F 超純水=>2F RO產出	蒸氣鍋爐	P2	P6		
21/12/21	25.6	14.3	18.6	0.7	13.1	4.1
21/12/20	2.7	17.9	13.8	0.5	12.9	7.9
21/12/19	1.7	0.5	0.0	0.0	3.6	0.2
21/12/18	1.9	0.6	0.0	0.0	3.1	0.0
21/12/17	8.4	0.6	1.7	0.2	0.0	0.0
21/12/16	9.2	7.0	11.2	0.0	2.0	4.9
21/12/15	5.1	7.6	13.3	0.0	0.0	6.4
21/12/14	23.2	9.6	13.5	0.3	3.3	6.5
21/12/13	22.4	16.7	13.7	0.9	10.0	6.4
21/12/12	23.9	17.2	14.6	0.2	10.6	6.1
21/12/11	21.4	13.2	13.7	0.0	5.3	4.4
21/12/10	23.7	15.1	13.7	0.7	3.8	5.1
21/12/09	48.7	16.2	16.9	0.3	8.6	6.2
即時流速 H/M	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5	0.2
今日用水量	2.9	2.2	0.0	0.4	0.5	0.2
昨日用水量	25.6	14.3	18.6	0.7	13.1	4.1
當月總量	353.9	245.7	263.0	6.7	133.0	111.5
上月總量	422.4	417.1	442.3	141.9	185.6	36.3

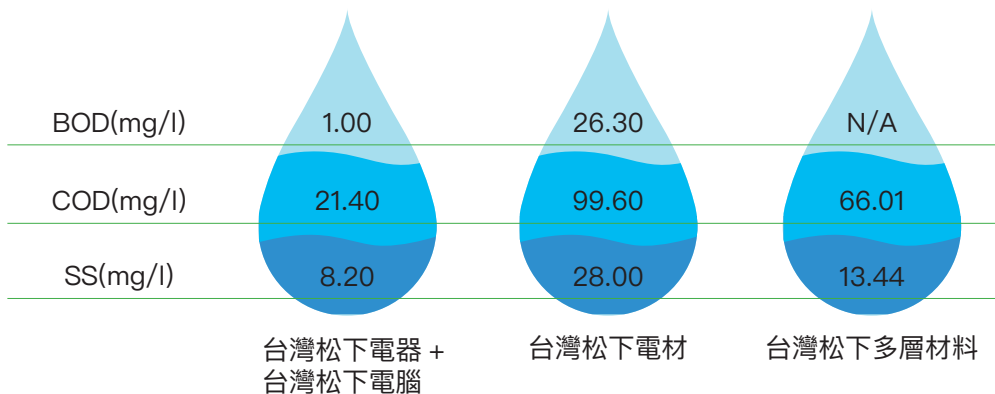
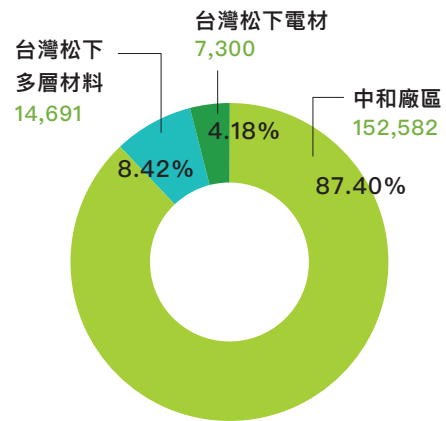
## 3.4.2 廢水管理

台灣 Panasonic 集團清楚認知到未經處理的廢污水都可能對環境帶來不可預料的衝擊。因此我們不斷監控廢水排放量，也定期委由外部第三方檢測單位協助進行水質監測，確保排放水質之生化需氧量 (BOD)、化學需氧量 (COD) 以及懸浮固體 (SS) 皆處於合規標準之內。廢水主要來源皆為廠區生活及製程用水，經生物及化學處理淨化至合乎規定後排放。

台灣 Panasonic 集團定期檢測廢水排放之水質，其標準因產業不同而有所變動，但本集團皆符合法規標準取得檢測水質合格數據如下：

### 台灣 Panasonic 集團廢水排放統計

(百萬公升 ML)



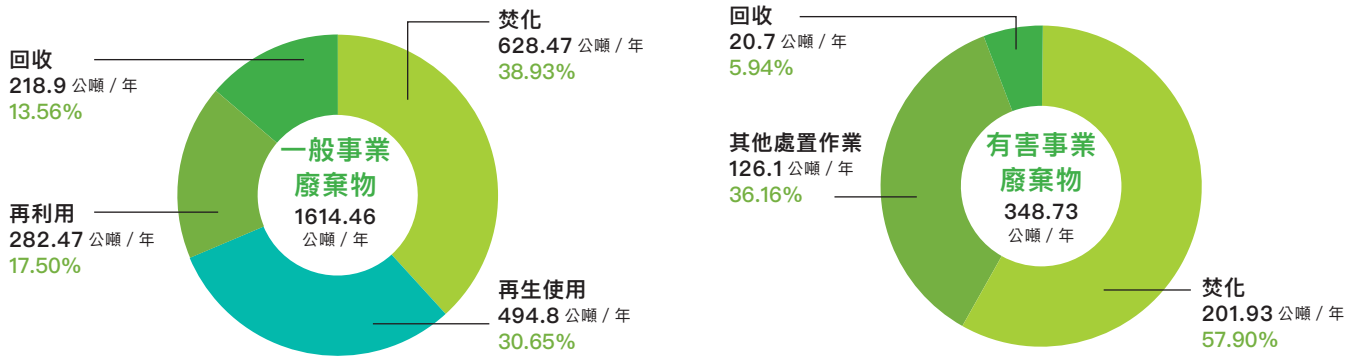
### 3.4.3 廢棄物管理

台灣 Panasonic 集團主要廢棄物來自於生產過程中所產生之事業廢棄物。響應循環經濟理念，廢棄物處理儘可能回收及再利用，力求對環境造成最低程度的污染。考量部分廢棄物為不可再利用、回收及再生使用性質，集團訂定管理目標為可再利用、回收及再生使用之資源實際化率已達 99.5% 以上，2021 年已達成此目標。

	不可再生 原物料	可再生 原物料	再利用 原物料
塑膠與橡膠			√
銅、鐵、錫、鋁	√		
潤滑油		√	
冷媒、冷媒壓縮機	√		

如遇不可再利用、回收及再生使用之事業廢棄物，台灣 Panasonic 集團皆委託外部廢棄物處理公司協助進行合法合規之廢棄物處置。

#### 廢棄物處置方式



## 3.5 環境法規遵循

台灣 Panasonic 集團除提供節能且安全的產品外，亦關心產品使用後續之處理與廢棄物的流向。為降低生產對於環境的負面影響，集團內部訂有管理措施，設定相關目標，並持續努力改善製程及定期檢視內部系統運作情形。各集團公司亦定期關注環保政策的發展與法規的制定、更新，確保系統、設備及營運皆符合法規與作業規範。

#### 台灣 Panasonic 集團環境法規遵循管理措施

- 於 2019 年導入法規雲端資料庫，系統主動通知政府法規公告網站新增與修正之法規訊息
- 環安部門每季彙整環安衛相關法規進行自主守規評估，並傳達相關部門以確保合規
- 集團內製造公司相互監察環境法規情形，並與全球總公司每月交流環境管理作為
- 定期舉辦員工及承攬商環境法規教育訓練，確保相關利害關係人環境法規意識與集團一致

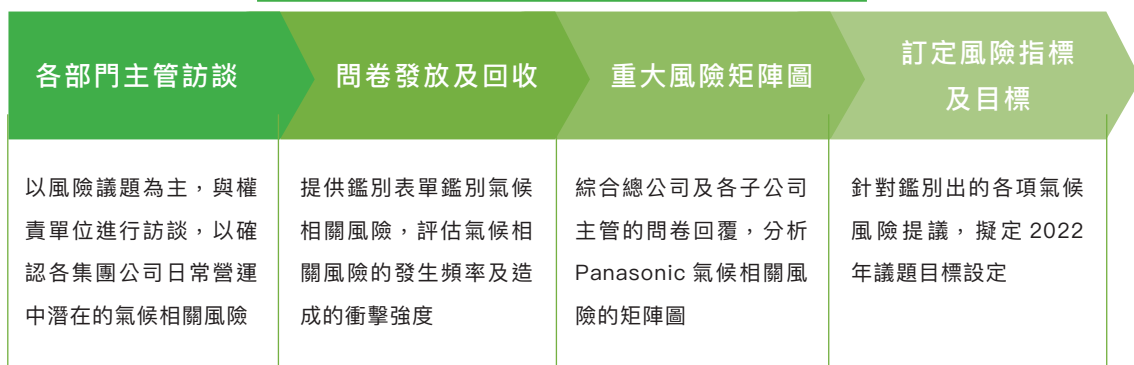
2021 年無任何環境面申訴與罰款事項

## 3.6 氣候變遷風險鑑別與因應

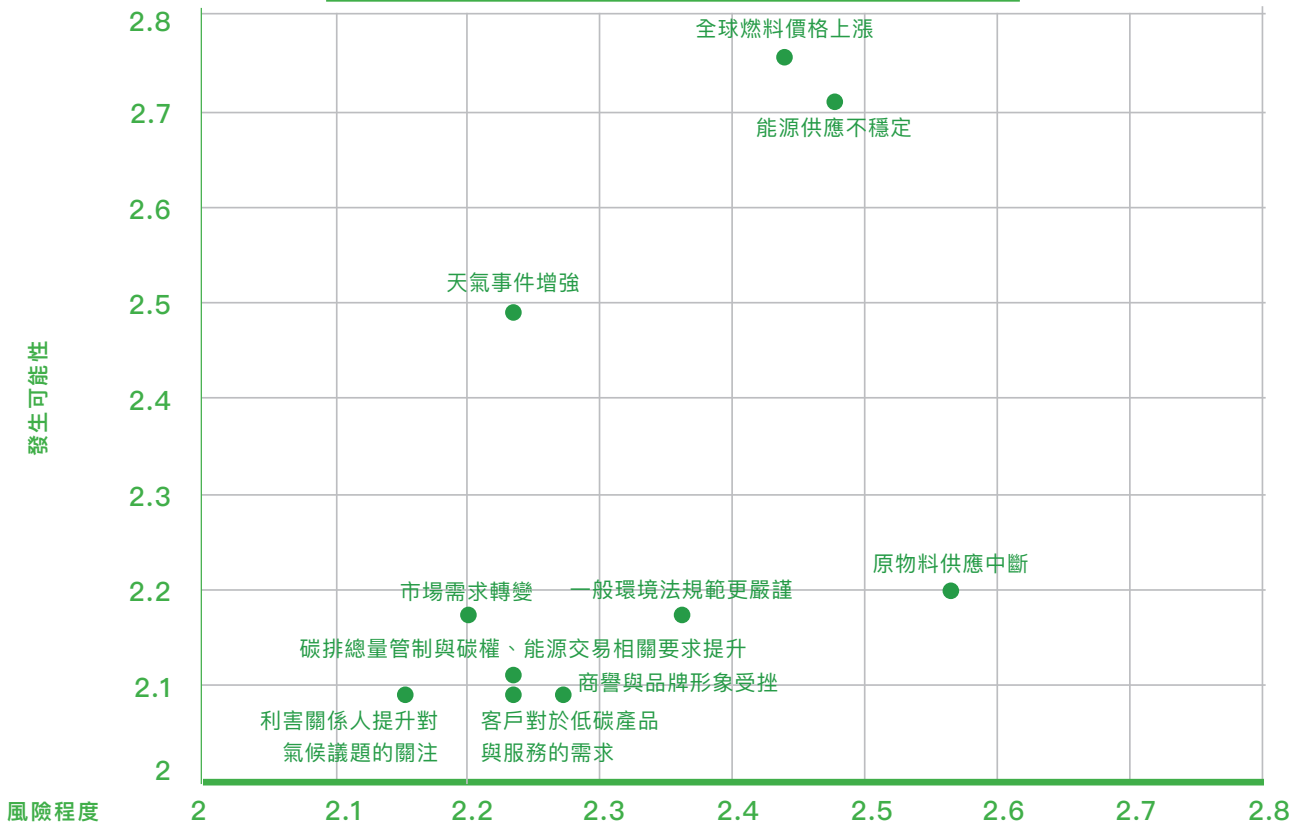
### 3.6.1 TCFD 氣候風險鑑別

面前全球氣候變遷，氣候危機已成為全球發展永續所共同面臨的重大挑戰，因此及早鑑別氣候變遷風險，加強氣候韌性調適，降低氣候變遷可能帶來的營運衝擊及影響刻不容緩。2021 年台灣 Panasonic 集團以氣候變遷相關財務揭露架構 (Task Force on Climate-Related Financial Disclosures, TCFD) 進行四大面向的氣候風險揭露，此外，台灣 Panasonic 也根據 TCFD 架構進行進一步的指標對照，以及總公司及集團各公司各部門內部討論，盤點及鑑別公司的各項氣候變遷風險議題。2021 年台灣 Panasonic 共鑑別出 10 項重大風險議題。

氣候變遷風險鑑別流程



氣候變遷重大風險矩陣圖



面對日益惡化的極端氣候，可能對企業營運及財務有嚴重的潛在衝擊。因此 Panasonic 依據 TCFD 執行氣候相關風險及機會鑑別，並考量內部與外在環境變化，找出對公司財務上的潛在影響與可能機會，並因應氣候變遷做出管理方針及應對措施。



## 3.6.2 TCFD 氣候變遷風險與機會管理

風險分類	風險名稱	風險衝擊描述	對財務之潛在影響	利害關係人	管理方針 / 因應措施	未來機會
實體風險	R1 全球燃料價格上漲	燃料柴油、燃煤價格漲，對供應鏈造成衝擊	價格上升採購成本提升，降低營運毛利	客戶 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>評估替代方案增加燃料供貨源，降低單一供貨商斷鏈風險</li> <li>提升燃料使用效率</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以良好供應鏈管理穩定事業，提升競爭力</li> <li>發展再生能源事業，搶佔未來市場</li> </ul>
	R2 能源供應不穩定	電力供應不穩定，造成停產、降載等營運中斷事件發生	停產、降載等導致營收損失及設備損失	供應商 客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>與維護廠商定期模擬緊急狀況的發電機調度及應變 SOP 措施</li> <li>開發再生電力，如：太陽能</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>以能源管理，穩定廠內營運，提升競爭力</li> <li>開發再生電力，降低能源開銷成本</li> </ul>
	R3 原物料供應中斷	原物料供應中斷，造成生產延遲、替代性原物料成本大漲	生產延遲賠償，以及購買替代原物料額外成本	供應商 客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>確保多頭供貨來源，並建立供應商行為準則管理</li> <li>提供時價趨勢及物料的漲幅影響，供業務向客戶提出漲價</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過多元供貨管道及良好供應鏈管理提升穩定度及競爭力</li> <li>拓展供貨源頭地點，增強供貨應變能力</li> </ul>
	R4 天氣事件增強	颱風、地震極端天氣造成營運中斷或廠區毀損	營運中斷造成的營收損失	供應商 客戶	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對颱風準備沙包、進行防水閘門演練</li> <li>定期維護廠區建物</li> <li>規劃緊急動線，並進行消防演練</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過定期維護增強廠區設備建置，提升工作環境</li> <li>透過營運持續管理降低天災風險，提升應變力</li> </ul>
轉型風險	R5 一般環境法規規範更加嚴謹	未來受到政府法規規範，如：【氣候變遷因應法】，導致營運方向需調整	企業內部轉型以符合規範的額外支出開銷	政府 員工	<ul style="list-style-type: none"> <li>以「Panasonic 環境願景 2050」回應「氣候變遷因應法」</li> <li>建立良好環境法規管理措施，確保營運符合政府規範</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>提前布局提升政策的應變能力，提升競爭力</li> <li>透過提前響應政策提升與政府之間關係</li> </ul>
	R6 市場需求轉變	政府及顧客對於低碳解決方案的要求，導致產品開發方向轉變	提供低碳解決方案增加的研發成本	政府 顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>積極配合政策需求，建置 GX 推進室，下轄五個小組推動轉型</li> <li>致力於開發符合 CNS 規範的節能產品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過回應政府及顧客需求，提升產品在市場上的能見度和影響力</li> </ul>
	R7 碳排總量管制與碳權、能源交易相關要求提升	因應碳排總量管制、碳權、能源交易相關需求造成	碳權、能源相關需求衍生出的額外成本	政府	<ul style="list-style-type: none"> <li>規劃 2030 年全事業碳中和</li> <li>積極建置再生能源，並提前規劃綠能憑證的購買</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>透過先進的減碳相關產品及解決方案獲取碳權，攻佔碳權交易市場</li> </ul>
	R8 商譽與品牌形象受挫	因企業環境面不當或違法之舉，重挫利害關係人之信任，對於品牌商譽負面影響	顧客對品牌信任下降導致營收下跌，及商譽損失帶來其他無形成本	顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>針對廢棄物積極進行管理，確保廢水排放、廢棄物回收符合法令規範，避免造成顧客觀感下降</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>宣揚集團環境理念，提升品牌形象</li> </ul>
	R9 客戶對於低碳產品與服務的需求	客戶對於低碳產品和服務需求提升集團須對產品做改善	綠色產品及服務研發的支出成本	顧客	<ul style="list-style-type: none"> <li>發展再生能源、智能 AIoT、儲能等能源解決方案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>把握市場需求轉變出現的藍海，搶占市場先機</li> <li>透過多元新興解決方案，提升客戶需求的解決能力</li> </ul>
	R10 利害關係人提升對氣候議題的關注	利害關係人對氣候議題的關注逐漸提升，致使集團必須做出回應	針對氣候變遷做出回應的開銷成本	股東	<ul style="list-style-type: none"> <li>將氣候變遷風險納入風險管理方針</li> <li>將 TCFD 的管理原則納入集團內部策略，並揭露於報告書</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>對於氣候變遷的積極回應帶來更多利害關係人支持和認同</li> </ul>

### 3.6.3 TCFD 氣候變遷風險目標與執行成果

依據上述氣候變遷風險議題，台灣 Panasonic 集團訂定追蹤管理制度，2021 年執行成果與 2022 年度之目標設定詳如下表所示：

項目	2021 年達成成果	2022 年短期目標設定	中期目標設定 (至 2030 年)	長期目標設定 (至 2050 年)
全球燃料價格上漲	<ul style="list-style-type: none"> <li>氣候變遷造成燃料供應中斷 0 天</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持氣候變遷造成燃料供應中斷 0 天</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2030 年內排除燃料的使用，達成全事業碳中和</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>協助供應商發展再生能源及電力設備，全面排除價值鏈燃料的使用，達到價值鏈淨零碳排</li> </ul>
能源供應不穩定	<ul style="list-style-type: none"> <li>氣候變遷造成營業中斷天數 0 天</li> <li>集團使用電力較前一年減少 2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持氣候變遷造成營業中斷天數 0 天</li> <li>集團使用電力較前一年減少 2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>氣候變遷造成營業中斷天數 0 天</li> <li>集團使用電力較前一年減少 2%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>全面使用再生能源，廠內自行發電，並透過儲能開發降低因電力中斷造成的營運不穩定因素</li> <li>集團使用電力較前一年減少 2%</li> </ul>
天氣事件增強	<ul style="list-style-type: none"> <li>極端天氣造成原料供應中斷 0 天</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持極端天氣造成原料供應中斷 0 天</li> </ul>
原物料供應中斷	<ul style="list-style-type: none"> <li>氣候變遷造成原料供應中斷 0 天</li> <li>符合松下綠色採購規範供應商 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天</li> <li>符合松下綠色採購規範供應商 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天</li> <li>符合松下綠色採購規範供應商 100%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持氣候變遷造成原料供應中斷 0 天</li> <li>符合松下綠色採購規範供應商 100%</li> </ul>
一般環境法規規範更加嚴謹	<ul style="list-style-type: none"> <li>發生環境污染違規事件 0 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持發生環境污染違規事件 0 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持發生環境污染違規事件 0 件</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續維持發生環境污染違規事件 0 件</li> </ul>
市場需求轉變	<ul style="list-style-type: none"> <li>產品 100% 符合 CNS 節能標章</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續達成產品 100% 符合 CNS 節能標章</li> </ul>
碳排總量管制與碳權、能源交易相關要求提升	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入 ISO 14064，且溫室氣體排放量較去年減少 2.4%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>溫室氣體排放量較去年減少 2.5%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成全事業碳中和</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>達成耗能 &lt; 創能</li> </ul>
商譽與品牌形象受挫	<ul style="list-style-type: none"> <li>2021 年無任何不法情事與環境面負面新聞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2022 年無任何不法情事與環境面負面新聞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023-2030 年無任何不法情事與環境面負面新聞</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>2031-2050 年無任何不法情事與環境面負面新聞</li> </ul>
客戶對於低碳產品與服務的需求	<ul style="list-style-type: none"> <li>開發 ECONAVI 等節能產品，降低產品排碳量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續開發節能產品降低產品排碳量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續開發節能產品降低產品排碳量</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續開發節能產品降低產品排碳量</li> </ul>
利害關係人提升對氣候議題的關注	<ul style="list-style-type: none"> <li>導入 TCFD 架構進行策略規劃</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>將 TCFD 準則導入 2021 報告書中揭露</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續擴大氣候變遷風險的評估範圍</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>持續擴大氣候變遷風險的評估範圍</li> </ul>



## 章節亮點

•2021年 TCSA  
人才發展領袖獎

•2021年員工福利  
投入經費 **4960** 萬元

•2021年內部員工防疫  
投入經費 **753** 萬元

## 重大議題

職業安全健康

## 人力資源目標

一直以來，我們都將人力資源視為公司最珍貴的資產，透過參照式管理、績效考核尊重員工等原則，建立公司與員工之間的雙贏關係。



參照式管理

個人自主實現「以客為尊」



根據績效來考核

根據目前的能力與績效考核與調整待遇尊重員工



尊重員工

公司與員工之間維持雙贏的關係

## 人力資源發展方針

台灣 Panasonic 集團秉持著松下創辦人的精神「製造產品之前先培育人才」，建立相關經營理念與意識，實踐永續經營之理念。且我們鼓勵全體員工實踐 Panasonic 之價值理念，並建立五大關鍵方針，以實現集團目標。台灣松下電器將人力資源管理分為三個子部門，透過明確分工落實各人力資源的目標，配合公司未來成長策略，進行人事制度改革及接班人培育，以應對未來事業發展。

### 台灣松下電器人力資源管理三大部門



員工關係部

人事、薪酬、獎金、組織、  
升遷、勞資溝通

人力規劃部

人力規劃、人員招募

員工支援部

人才發展、教育訓練、員工  
福祉

## 4.1 招募與組成

本集團秉持多元平等的人才招募政策，成員不分國籍、膚色、年齡、宗教與性別，個人特質與能力才是我們所看重且強調的，因而造成公司同仁的年齡層分布廣泛，且員工的背景多元，帶給集團不同的能量與聲音，創造無限可能。

2021年，我們秉持為員工著想的精神，成功打造友善的職場環境，創造低離職率，且讓員工對企業產生高度認同，使各年齡層都能夠在所屬崗位中，找到歸屬感。以台灣松下電器集團為例，2021年人員平均年資為14.5年，優於業界表現。

### 4.1.1 新進及離職

台灣松下電器集團新進與離職率

性別	年齡	新進員工 <sup>1</sup>		離職員工 <sup>1</sup>	
		人數	比率 <sup>2</sup>	人數	比率 <sup>3</sup>
男	29 歲含 (以下)	84	5.36%	91	5.80%
	30~50 歲	18	1.15%	23	1.47%
	50 歲以上	0	0.00%	21	1.34%
	小計	102	6.51%	135	8.61%
女	29 歲含 (以下)	7	0.45%	34	2.17%
	30~50 歲	36	2.30%	29	1.85%
	50 歲以上	0	0.00%	6	0.38%
	小計	43	2.74%	69	4.40%
總計		145	9.25%	204	13.01%

新進員工總數 **145**  
新進率 **9.25%**

員工離職總數 **204**  
離職率 **13.01%**

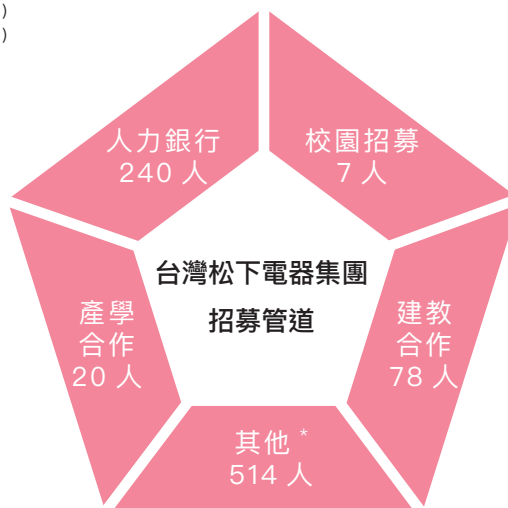
註 1：不含正式員工以外人員

註 2：新進員工比例 (%) = (新進人數 / 員工總人數)

註 3：離職員工比例 (%) = (離職人數 / 員工總人數)

### 4.1.2 多元招募管道

台灣 Panasonic 集團招攬新人的管道多元，除了來自官方網站與人頭公司外，全球 Panasonic 人才招募網站也提供求職者完整資訊，我們也藉由人力銀行、校園徵才、大專院校實習、建教合作與產學合作等，開闢多元管道，招募各方菁英。在 2021 年中，台灣松下電器集團透過以上管道，招募的人數如右圖所示。



註：其他包含外籍與派遣等

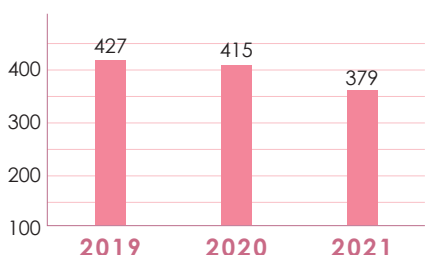
### 4.1.3 員工組成多元化

台灣 Panasonic 集團鑑別出職場多元化之議題，積極推動相關措施。本公司除了招募大量本土菁英外，同時也招募外國籍人士。截至 2021 年止，有高達 379 位的外國籍人才加入我們台灣 Panasonic 團隊，打造多元的職場環境；在此同時，為了保障弱勢群體的就業權，我們也聘用了 23 位身心障礙的員工，給予他們穩定工作機會，為社會公益盡一份心力。

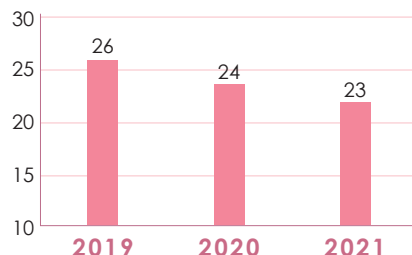
由於本集團的技術人員比例高，技術人員又以男性為主，也因此台灣松下電器集團的男女比為 1:0.65，但在非技術人員的職務中，女性的比率高於男性高。



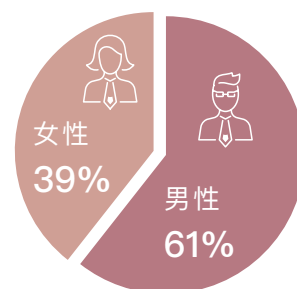
外國籍員工聘用人數



身心障礙聘用人數



台灣松下電器集團男女員工人數比



## 4.2 員工溝通與福利

### 4.2.1 多元員工溝通管道

台灣 Panasonic 集團十分重視員工意見，傾聽與溝通是我們一直以來十分重視的課題，為了確保每位員工的意見都能夠被聽見並得到回應，本公司設立多元的溝通管道，以積極留住人才。以台灣松下電器為例，除了單位人事主管及總經理電子信箱外，也包含內部網站、單位懇談會、工會、勞資會議與 EOS 員工意見調查等，透過定期的懇談會與勞資會議，和不定期的溝通，使員工可自由發表建議。



### EOS 員工意見調查

EOS 員工意見調查為全球 Panasonic 集團為衡量員工的承諾、動機、目標感和對工作及組織的熱情，並了解問題與日後採取最佳方案，進一步激發員工最大潛能、加強員工向心力，提升經營績效。

透過員工敬業度與組織支持度兩大平面向，其中包含 12 個評估因素、55 道題目進行衡量。敬業度與組織支持效率皆高之員工屬於高效率 (Most Effective) 群體，此為最有生產力和積極性的員工群體，代表理想的狀態。



## 2021 EOS 員工意見調查實績

本年度 EOS 員工意見調查期間為 2021 年 11 月到 2021 年 12 月為止，調查對象有申請使用 Email 之同仁及日籍人員，但不包含菲籍、派遣、休職、留職停薪者。

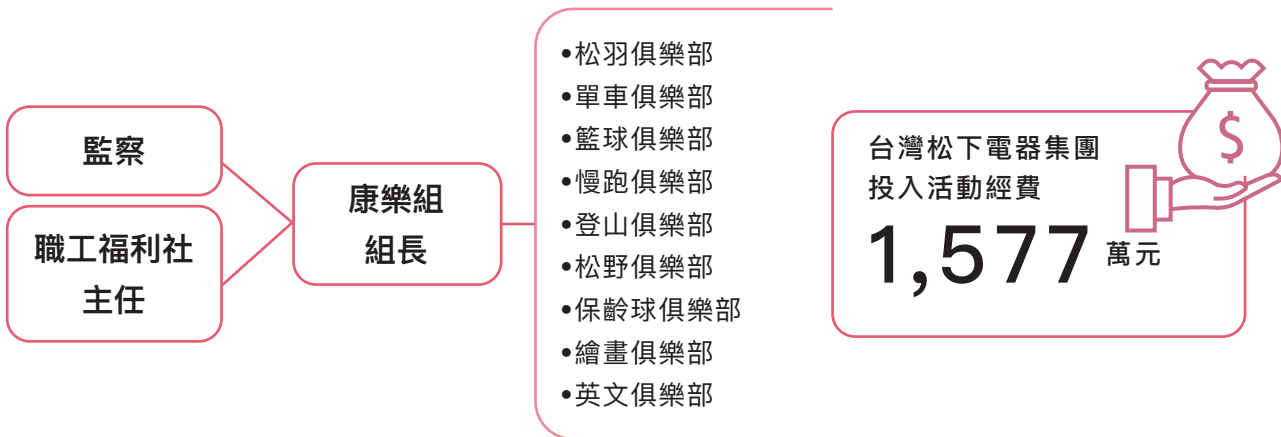
結果顯示，台灣事業部 – 包含台灣松下電器、台灣松下銷售以及台灣松下電材三家公司，回答率高於目標的 97%，在員工效能分析中，在高效率評比這方面，雖然未達目標的 60%，但較去年提升 1%；另外，針對員工敬業度與組織支持度項目中，台灣事業部的平均成績與 2019 年與 2020 年持平，但表現都高於全球 Panasonic 集團的平均成績，可見台灣松下集團員工對於職場依舊保有熱情與敬業的精神，努力為公司發展、創造機會與維持品質和客戶關係。

## 性騷擾防治

除了上述溝通管道外，本集團根據性別工作平等法，針對性騷擾案件設立申訴管道，以保障員工權益，創造優良的職場環境。台灣松下電器於 2021 年度共有性騷擾申訴 2 件，後續皆依照公司程序與法規完善處理。

### 4.2.2 員工社團活動

台灣 Panasonic 集團提供員工多樣化類型的社團活動與員工團康活動，使得員工在工作之餘，能夠達到工作與生活的平衡，實現 Work hard and Play hard 的目標。



### Bike 106 km Training

松下產業科技注重員工健康，並期許員工強健體魄以維持良好的工作狀態，每年度皆舉辦員工運動相關活動，並鼓勵員工參加。2021 年松下產業科技舉辦了員工的「Bike106 km」，無論事前準備及舉辦期間皆積極參與，表現出松下產業科技的熱情、專業及執行力



## 雙溪賞螢生態之旅

台灣松下電器為了提供員工身心靈的放鬆，規劃員工雙溪賞螢生態之旅。員工攜家帶眷參與活動，一同享受家庭生活，共享天倫之樂，同時也凝聚同事好友的情感，讓生活與工作更為融洽



## 愛心探訪活動

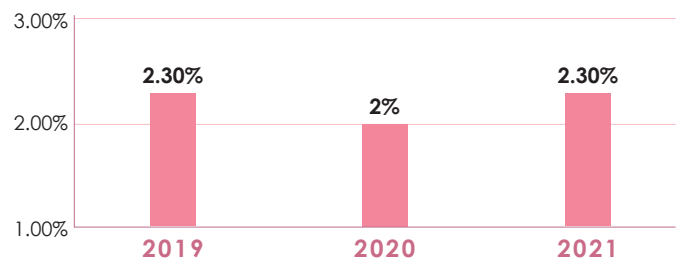
台灣 Panasonic 集團福委會每年定期舉辦愛心探訪活動，2021 年探訪位於桃園龍潭慈園老人長期照顧中心，陪伴長者度過歡愉的時光。之後安排六福村親子活動，透過刺激的遊樂設施以及與動物的互動，讓親子關係更加緊密



### 4.2.3 員工薪資與福利

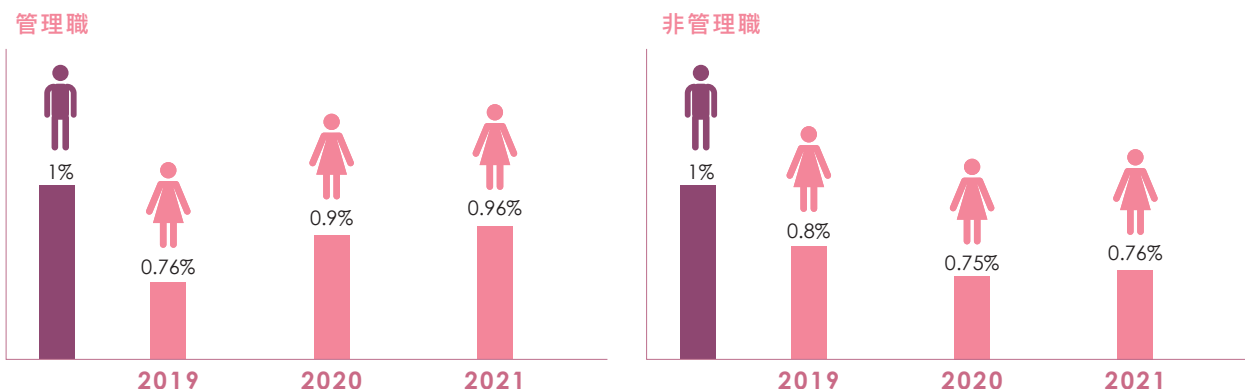
台灣 Panasonic 集團實行男女同酬，新進員工依學歷科系別任命，不因員工性別區分起薪薪資。除此之外為了激勵員工，松下電器集團根據每年營收狀況，訂定不同的薪資漲幅，確保員工薪水穩定成長，近三年全體員工共同調薪漲幅介於 2% 至 3% 之間。

台灣松下電器集團近三年調薪幅度



由於產業特性，過去大多以男性主管為主，造成女性薪資比略低於男性，近年來透過集團努力，積極提拔女性主管，男女平均薪資差異逐漸縮小，管理職男女薪資比更是幾乎平等。在非管理職的部分，因為行業特性導致有專業津貼的技術性員工以男生為主，因此仍有段差距。然而也可以發現這項差距近年來有不斷縮小的趨勢。以台灣松下電器為例，不管是在管理職或是非管理職方面，兩者薪資差異皆自 2019 年後逐漸縮小。

台灣松下電器集團男女薪資比



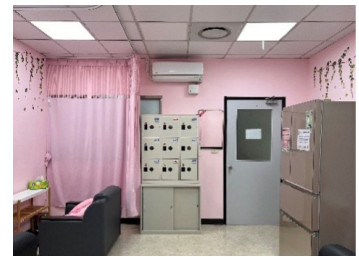




## 其他福利設施

### 哺乳室

為滿足女性的哺乳需求，哺乳室內部設備含有置物櫃、呼叫鈴、蒸汽消毒鍋、嬰幼兒雜誌書籍、哺乳室專用冰箱等設備，打造母嬰友善職場



### 員工宿舍

為了讓住宿員工有良好的睡眠環境，致力於改善員工宿舍的安全性及舒適性等相關措施，2021年更新 52 床的彈簧墊與床鋪外，將外籍員工及學生宿舍由 8 人房變更為 6 人房，並更換 18 台宿舍冷氣，提供員工舒適的休息環境



### 辦公環境

台灣 Panasonic 集團對於員工辦公環境十分重視，在台灣松下銷售新辦公室設有許多福利設施，例如舒壓室內設有按摩椅、室內高爾夫球道、飛鏢機等，減輕員工上班時辛勞，休息室中也有醫護人員常駐，提供最即時的醫療服務



## 育嬰假制度

台灣 Panasonic 集團注重員工的家庭生活與對下一代的照顧，並提供友善的職場環境，同時設有員工育嬰假的制度，以保障員工工作與育嬰之權利，以台灣松下電器集團為例：



項目	男性	女性	總計
A：2021 年度申請育嬰留停總人數	2	3	5
B：申請於 2021 年復職人數	0	2	2
C：2021 年度實際復職人數	0	2	2
D：2020 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	3	3
E：2020 年育嬰留停復職人數	2	4	6
復職率 % = C/B	NA	100.00%	100.00%
留任率 % = D/E	0.00%	75.00%	66.67%

## 4.3 人才發展

「企業的成功取決於員工」，是台灣 Panasonic 集團長年來所秉持的想法，因此人才的培訓是本公司不斷精進的課題。本集團制訂完善的人力資源政策，並且提供多元的教育訓練課程、競賽與檢定，提供員工學習與發展的平台，再透過培育高潛力人才等計畫，培育本集團所需之專業人才。

### 4.3.1 人力資源政策

Panasonic 集團於 1957 年提出「人力資源政策」，其中包含「人力資源發展的基本目的」、「Panasonic 集團全體員工須知」與「管理者基本方針」，適用於全體 Panasonic 員工，促進每一個人的成長，創造有利個人成長的工作場所氣氛。

### 4.3.2 教育訓練

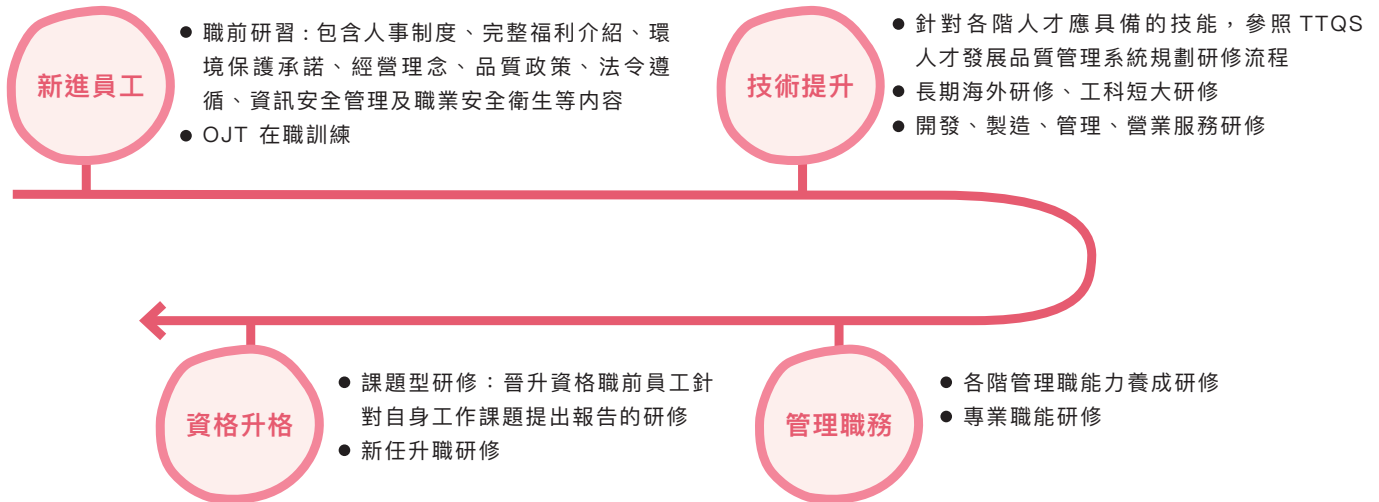
#### 台灣松下電器集團 2021 年教育訓練實績



### 教育訓練體制

台灣松下電器集團的教育訓練體制共分為四個階段，讓新進人員可以快速了解公司的相關體制與制度，使工作能夠更快速上手。另外，針對本集團重要幹部及技術人員，透過海外進修，培養同仁的國際視野與學習海外技術，提升集團的生產力。

## 台灣松下電器集團教育訓練體制



## 課程特色

為提供員工多元的課程學習，我們給予集團不同職位設有不同的學習課程，以台灣松下電器集團為例，2021年，台灣松下提供 75 門課程供員工修習，透過五大課程架構，以管理、核心職能、專業職能、新人訓練與通識暨自我啟發研修等，培養各項專業知識、公司文化培養、公司職能需求、語言能力與軟實力課程（如溝通技巧、簡報技巧、領導力等），讓公司從上到下，從新進人員、資深員工到管理職位，配合自身需求，都能夠找到適合自己職位的課程，不斷精進自我。

## 台灣松下電器集團多元課程

## 管理核心

- 高潛力人才育成研修
- 基礎主管力：溝通與領導

## 專業職能

- 技能檢定 / 競賽
- 品質專業研修
- 視覺化簡報設計與呈現技巧

## 通識課程

- 人文藝術講座

## 自我啟發

- 語言（英、日文）
- 電腦課程

## 人員修課時數

透過上述豐富而完整的人才培育規畫打造台灣 Panasonic 集團 60 年來的核心競爭力，本集團未來也持續規畫更精實的課程，配合各公司的需求，給予完整的課程培訓機制。團隊成員不分職位別，皆積極投入課程的學習，針對不同職位設有些微差異的課程，讓同仁能夠不斷精進自己的專業知識與各項軟實力，協助集團創造更多機會與營收。

非管理職  
2,900 人次  
平均時數  
31.94 H

管理職  
1,347 人次  
平均時數  
95.41 H

註 1：平均訓練時數 = 課程總時數 / 該類別人數

### 4.3.3 競賽與檢定

台灣 Panasonic 集團大力提倡同仁參與競賽與檢定，透過每年舉辦的活動，達成兩大目標：

1. 強化製造現場技術、技能之傳承，強化品質力與製造力
2. 提高製造現場員工技能整體水準，進而強化經營體質，追求高效率工廠的實現



2021 年台灣松下電器  
參與內部檢定 **116** 人



2021 年台灣松下電器  
參與競賽 **107** 人

#### 內部檢定與競賽



內部檢定

為培育人員全方位的多能工技能，每年展開全公司性的技能檢定培訓，在學科與術科同時合格後，頒發三年有效合格證書，從事工作相關者則支給技能補助金（三年有效）



內部競賽

為滿足公司同仁們挑戰技能的需求，達到能力高位水準化舉行技能競賽，每個項目由社內專業講師與評審評分，並由總經理親自頒發獎狀及獎金



全球競賽

每年 10 月時會由日本的人才開發公司 (HRDC) 為主軸舉辦，全世界各國家的 Panasonic 優秀選手在日本聚集競爭，爭取成為全球松下技能領頭羊



### 設立多元人才發展專案

#### 主管階級研修

提供管理職與主管階層的進修計畫，以不同類型的研修課程，使中高階人才得以繼續精進，創造正向的職場發展，如提供工廠長研修與工科短大的機會，精進開發製造管理的能力，提升生產線競爭力；提供後繼者相關培訓課程，以減緩職位交接落差。

#### 高潛力人才發展專案

台灣松下集團為實現人才現地化目標與 2025 年營運成長目標，於 2021 年導入高潛力人才發展專案，透過各事業高潛力人才育成，管理幹部提早儲備，以達企業永續之經營。



依據分析職涯需求、潛在特質與管理能力，給予員工適當的獎勵方案，利用績效與潛力對員工進行評估，績效為考量其升格速度、輪調經驗、人事評價之綜合評估；潛力為長官面談之評估結果，評估重點為思維敏捷、溝通能力與決心。透過此方案，發掘出工作負責、充滿好奇心、善於溝通以及具有洞察力的高潛力人才。

### 4.3.4 績效評估與接班人制度

台灣 Panasonic 集團與員工充分進行溝通及討論職涯發展，透過定期紀錄員工績效考核與每年 4 月的績效面談進行員工績效評估。根據考核結果，對員工進行適當的升遷與加薪等獎勵。藉此機會，與員工共同訂定下一年度的目標。

台灣 Panasonic 集團為規劃員工職涯發展與後繼人才的育成，將培育接班人視為各部門重要績效指標之一。每年主管可依單位人員結構分析暨組織發展、個人能力績效與育成方向、個人

研修學習狀況與經驗考量等三大面向評估是否推薦後繼者參加資格升等，集團內每個部門主管需針對該職位提出後繼接班人選，並在主管的指導下進行書籍研修、工作專題報告以及昇格面試，選出適合人才。

		高潛力人才評分標準圖		
潛力	高	待發展人才 針對性訓練 提高績效	潛力人才 給予挑戰， 激發工作動機	明星人才 激發內在動機， 保持明星
	中	普通人才 分析原因， 調整改善	中堅力量 給予輔導	績效人才 給予歷練， 激發工作動機
	低	不適任 建議轉換 職務或公司	基本勝任 確保業績， 尋找更適合職務	熟練員工 留在現任職位， 持續鼓勵
		低	中	高
		績效		

#### 後繼接班計劃三大評估面向



2021 年台灣松下電器  
資格升等人數  
**162** 人

單位人員結構  
分析暨組織發展

人力結構、經營策略、員工未來發展性

個人能力績效與  
育成方向

過去績效表現、員工資格潛力、員工職場品行

個人研修學習狀況  
與經驗考量

員工專業技能、核心管理與職能發展、海外工作經驗、過去職種經驗

## 4.4 安全照護

### 重大議題 – 產品生命週期

目標		
2022 年	短期 (1~3 年)	中長期 (3~10 年)
•提升風險評估執行效率	•廠區安全檢查強化	•實現長期零風險及災害
2021 年實績		
1. 職業安全相關教育訓練參與人次 <b>45</b> 人	2. 廠區作業危害風險全面檢視評估共 <b>9</b> 場	
3. 新增工安漏電檢測及維護設備	4. 健康關懷措施使用人次 <b>12,485</b> 人	
5. 健康保護計畫參與人次 <b>2,035</b> 人		

### 4.4.1 安全健康行動管理方針

為確保台灣 Panasonic 集團各公司的衛生與安全，我們建立完整的的行動指南，各公司可以依據不同的營運情況與風險，以此指南建立職場安全相關政策，以將職場中的風險降至最低。此外，各個據點也皆設有職業安全管理委員會，定期召開安委會，並依循安全衛生行動方針設立短、中、長期目標。

#### 安全衛生宣言

Panasonic 的經營理念是基於「對人尊重」的精神，為實現「安全、有益身心健康的舒適工作職場」，本公司將全力以赴，不斷努力，以期萬全。同時，應將“安全”定位為事業經營的最優先事項，並落實“現場現物”管理

#### 安全衛生目標

結合各職場責任者、各工廠長及人事擔當者、安全衛生專責人員，共同努力朝向「零」危險職場的目標挑戰，並保障勞工安全健康及維護勞資雙方權益

#### 安全衛生行動方針

- 恪守法令規章
- 完善組織體制，明確職責
- 實施“內部監查”
- 經營資源的投入
- 評估損害防阻
- 和“經營者管理評審”
- 職業安全衛生管理體系的維持和持續向上
- 持續健康促進
- 提升職場平等
- 強化教育訓練

### 4.4.2 工傷職災與職安投入

綜觀近年，台灣松下電器所發生之職業傷害事件的頻率與嚴重性皆遠低於其他台灣家用電器製造廠商之平均值。2021年松下電器共發生1起工傷事故，工廠內一名員工於發泡機清除發泡屑時，腳部不慎被傳動設備割傷。台灣松下電器極為重視該事件並妥善處理，後續不僅實施縝密的復工計畫，也針對設備面、管理面、教育訓練做進一步的加強。

台灣 Panasonic 集團相信要提升職業安全，從根本的基礎設施、系統優化為首要的考量。因此，台灣 Panasonic 集團各作業相關之廠區，皆全力落實並強化本質安全的實現，以達員工作業安全之保證。

	傷害率 (IR)	職業病率 (ODR)	缺勤率 (AR)	損工率 (LDR)	失能傷害頻率 (FR)	失能傷害嚴重率 (SR)
台灣松下電器	0.04	0	0	96.94	0.2	484.68
家用電器製造業	0.175	0	0.155	48.47	0.885	243.12

### 安全體驗教室

安全體驗教室多年來不斷進行體驗設備的改善與環境優化，藉此提升員工自我保護之意識。2021年度，安全實驗室將規劃VR模擬受傷情境，例如：高空墜落等情境列入體驗項目內，並預計於2022年1月導入，讓員工對於可能發生之風險，提前做足準備



滑倒體驗



階梯段差體驗

## 台灣 Panasonic 集團職安投入項目

### 台灣松下電器

職安項目	說明
工安漏電檢測設備購入	透過檢測設備，確認廠區所使用之電動手工具、電焊機、延長線等設備安全功能是否正常，確保人員使用電動手工具安全
漏電斷路器安全檢測設備導入	透過檢測設備，確認廠區漏電斷路器功能是否正常，確保用電安全
新增安全體驗設備及環境優化	透過實際設備體驗及確切感受的內容與互動，提升安全作業知識。
安全衛生電子看板增設	隨時提供安全衛生宣導事項，增加同仁安全衛生意識
手持式雷射測速照相儀	利用測速照相儀，不定時量測廠區車輛車速，加強宣導，使車輛遵守廠內速限規定，確保同仁行走安全

### 台灣松下電腦

職安項目	說明
開闢試驗機安全評估改善	評估後將設備加裝護蓋防止夾傷
實裝機更換清潔料帶安全強化	為避免人員的手誤入清潔料帶內，進行安全迴路改造，以避免人員手伸進料帶內
加裝光電設置	設備作動時，為防止人員經過或誤觸遭受到撞擊而受傷，增設光電感應設置。如有手或異物進入到設備時，即刻停止動作，保護人員安全

### 台灣松下電材

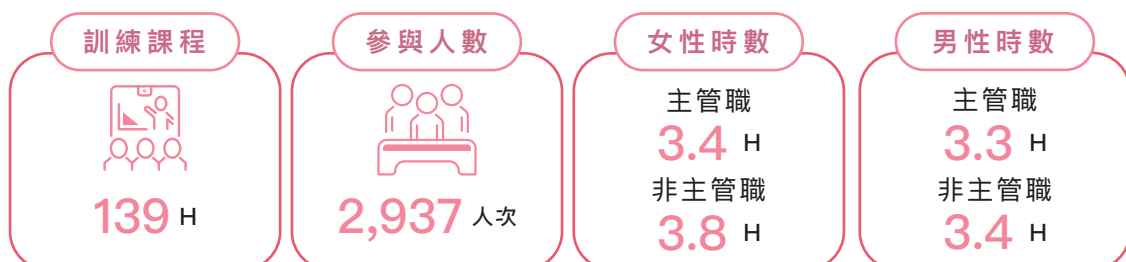
職安項目	說明
防護措施及改善	加強防護措施與改善老舊設備，避免職業災害發生
安全看板	加強職業安全的宣導
安全衛生提案改善獎勵金 (含 5S 競賽)	利用獎金作為誘因，提升職場安全衛生之改善作業

### 台灣松下多層材料

職安項目	說明
安全道場	透過職業安全道場模擬演練學習，了解易發生之驚嚇事件

### 4.4.3 職業安全教育訓練

台灣松下電器在 2021 年度開設大量安全衛生相關課程，使員工充分學習安全衛生的相關知識。以台灣松下電器為例，除了新人的教育訓練外，也有相關設備操作訓練，以確保員工對設備有足夠的了解。



## 4.5 健康衛生維護

台灣 Panasonic 集團透過三大面向提供員工健全的健康照護服務，台灣 Panasonic 集團認為唯有確保員工的身心健康，才能維持公司的良好營運。

### 台灣 Panasonic 集團健康照護三大面向

#### 健康促進管理

- 健康推廣活動
- 健康分級管理

#### 人因性危害預防

- 臨場訪視醫師
- 健康評估

#### 日常健康維護

- 飲食照顧
- 環境優化

### 4.5.1 健康促進管理

台灣 Panasonic 集團依據各公司不同的營運狀況與風險，提供不同的健康管理項目，由醫護團隊評估員工健康，並依個人狀況提供適當的醫療照顧，並針對高度健康危害風險員工給予一對一的指導與關懷，貫徹預防勝於治療的理念。

以台灣松下電器集團為例，公司設立相關健康關懷措施，項目涵蓋用藥諮詢、心理諮詢、減重諮詢與體檢諮詢等服務，供公司內各個部門使用，總使用次數高達 12,485 人次。

### 台灣松下電器健康關懷項目使用情形

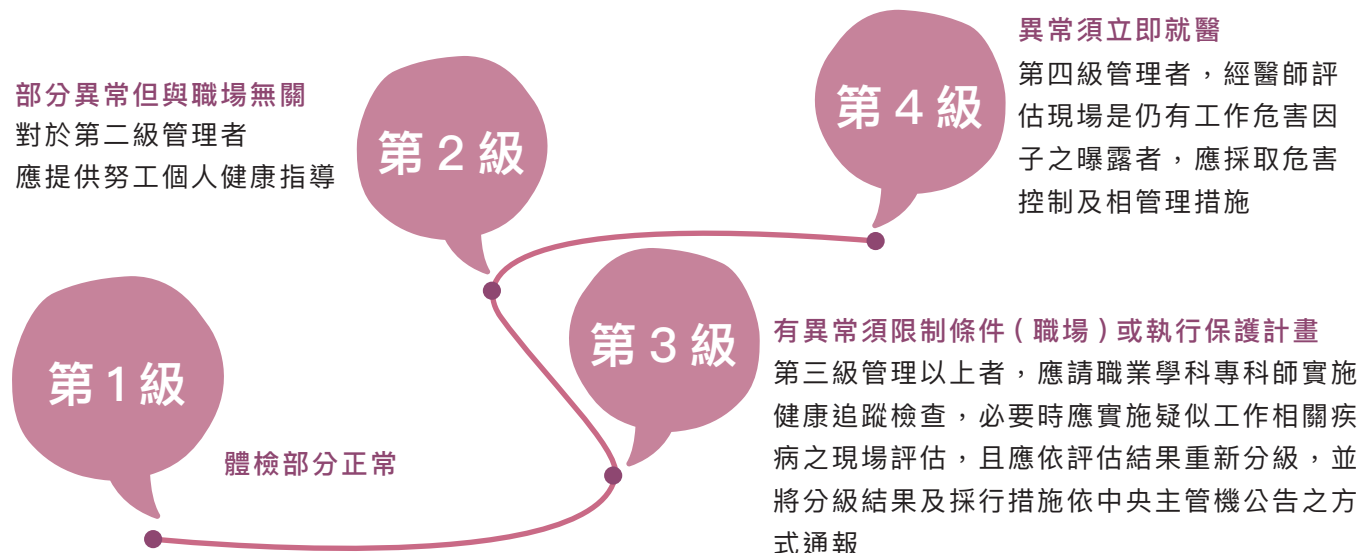
項目	使用人次	項目	使用人次	項目	使用人次
血壓測量	2,579	疾病諮詢	1,243	傷口照顧諮詢	1,645
用藥諮詢	1,619	心理諮詢	1,123	減重諮詢	742
孕兒諮詢	1,017	紓壓	1,297	體檢諮詢	1,220

### 勞工健康保護計畫

台灣 Panasonic 集團透過各相關單位的合作及溝通，設立勞工健康保護計畫，為一般、特殊作業、母性健康等各類型之員工訂定不同的健康照護評估流程，並另提供異常工作負荷促發疾病預防計畫，流程嚴謹確實，以確保所有員工之健康，此計畫 2021 年度服務人次達到 2,035 人。

### 健康分級制度

台灣 Panasonic 集團定期為員工進行體檢，除一般健康檢查以外亦針對特別危害健康作業人員執行一年一次特殊健康檢查。我們依據檢查結果建立員工健康資料庫分析及管理追蹤，藉此協助員工進行健康管理。





## 4.5.2 人因性危害預防

台灣松下電器集團針對員工身體健康進行照護，定期邀請職業健康醫師訪視外，也十分注重工作環境是否存在危害因子，避免因環境與健康因素而造成人為失誤發生意外。2021年參與人因性危害預防計畫共 29 人次、肌肉骨骼症狀調查共 703 人次。

### 職業健康醫師訪查

台灣松下電器集團與台北市立聯合醫院之職業醫學科合作，由職業專科醫師評估職場物理性、化學性、人因與過勞等潛在安全危害。針對高度健康危害風險員工，由聯合醫院之醫師進行深度面談，漸進式的調整工作模式，以減少健康危害。

### 環境化學物質檢測結果

針對辦公環境，台灣松下電器集團每年定期進行化學與物理因子檢驗，並配給作業人員聽力防護具，將危害降至最低，保護每一位員工健康安全。台灣松下電器集團亦建置化學雲端線上系統，將廠區化學品建檔分類，每項化學品需對應法令之事項一目了然，並透過系統化學品分級管理 (CCB)，掌握廠區化學品的風險等級，依不同等級實施預防措施。台灣松下電器集團於 2021 年聘請外部單位進行作業環境化學物質檢測結果如下：

2021 年作業環境化學物質檢測結果

	化學性因子	物理性因子
上半年	合格	噪音 16 點超過 85 分貝
下半年	合格	噪音 10 點超過 85 分貝

## 4.5.3 日常健康維護

台灣 Panasonic 集團也致力於生活中的健康照護，對員工餐食皆建立嚴格管理制度，根據員工的回饋，進行動態調整，並針對疫情建立一套防護流程，以保障員工在工作或是用餐時健康安全。

### 員工餐廳

台灣松下電器集團為提供健康均衡的餐食，在員工的團膳上設立嚴格的制度，包含定期推出新菜色，以及提供價格實惠的銅板餐點，讓員工們享用。每年度亦進行線上問卷調查，問卷由食物種類、餐食分量、口味、餐廳的衛生環境等八大面向組成，並針對調查中評分較低的項目，與外包廠商溝通，規定期限內進行相對應的改善，讓員工的意見能夠即時被傾聽，促進身心健康。

2021 年，共 566 人參與餐廳滿意度調查，平均滿意度為 77.14，整體平均而言，較前一期的 72.43 高出 4.71 分，表示員工回饋都受到重視，台灣松下電器集團也針對相關措施加以改進。

### 人因危害預防四階段



#### 申請配工 / 復工健康

- 由個人或單位提出
- 申請表填寫送出



#### 配工 / 復工健康評估

- 安排臨場訪視醫師健康評估 (必要時現場訪視)



#### 單位 / 個人回饋

- 健康風險評估結果建議
- 職場健康建議
- 個人健康促進



#### 臨場追蹤

- 健康風險管理
- 紀錄回饋 & 保存

## 4.6 疫情防護

面對 2021 年依舊來勢洶洶的疫情衝擊，台灣 Panasonic 集團不斷精進防疫的設備，除了去年投入的經費與設備外，今年額外新增一系列的防疫措施，將員工安全置於第一位。

### 2021 年疫情投入經費



### 4.6.1 人員追蹤

為確保員工的健康狀況，台灣 Panasonic 集團針對廠區人員設立相關的關懷措施，例如：

1. 新冠肺炎疫情人員追蹤，針對相關人員進行關懷追蹤
2. COVID-19 疫苗接種調查，以定期實施全體問卷的方式，了解廠內 COVID-19 疫苗接種覆蓋率。
3. 高風險人員進行快篩，避免 COVID-19 疫情在公司內擴散等相關的防疫政策，將疫情可能帶來的風險減至最低。



### 4.6.2 疫情防護措施

#### 員工 / 來訪客戶出入管理

- 每日入公司前、出勤及到訪客戶需測量體溫，手部噴灑酒精，出現發燒或感到渾身發冷等症狀，需通知人資單位、主管，並儘速就醫
- 無法保持社交距離時需配戴口罩
- 外勤人員須配合客戶端防疫政策
- 出入口皆設置手部體溫量測與酒精消毒，早班人員皆安排統一入口

#### 廠區環境 / 員工餐廳

- 公共區域、餐廳每日酒精、含氯消毒液擦拭；每周一回地板清潔、環境定期消毒
- 改以餐盒方式供餐，餐桌全數放置透明壓克力隔板
- 購票人員都須“實聯制”刷 QR CODE
- 提供洗手間藥皂、公共會議 / 會客室酒精
- 針對餐聽從業人員每日量測並記錄體溫
- 餐廳張貼宣導海報及「用餐時嚴禁交談」等標語

#### 差旅政策

- 對員工暨眷屬進行海外旅遊史調查
- 若指派員工赴大陸地區或第三級疫區出差，須簽訂勞工同意書
- 因公務出差衍生防疫費用，由公司支付

#### 遠端勤務措施

- 建置相容行動裝置之遠端打卡系統，員工每日自主量體溫並確實回報



### 章節亮點

- 2021 年提供 **120 萬** 獎學金給優秀學生
- 熱心公益，捐贈 **防疫產品** 對抗疫情
- 支持體育賽事，贊助 **樂天棒球、璞園籃球** 和 **台北城市路跑**
- 提倡環保，2021 年共舉辦 **5 場** 環保教育親子宣導活動

## 5.1 在地社會關懷

台灣 Panasonic 集團長期關懷社會所需及地方弱勢族群，參與各項社福公益活動，落實永續經營源源不絕的善念。透過運用企業核心能力並整合內外部資源回饋社會，我們希望藉由長期深耕社區營造，實踐 Panasonic 對於社會創生的使命。

### 5.1.1 公益捐贈

台灣 Panasonic 集團在地茁壯生根 60 年，秉持著「取之於社會，用之於社會」的精神，期望能夠透過各項公益活動做出貢獻，回饋長期支持 Panasonic 發展的國人。

#### 支持打火英雄 – 義工消防隊捐款

台灣松下電材深知火災時的火場危險，也特別感佩自發性組成的義工消防隊捨己為人的精神，2021 年度捐款 20,000 元支持在地打火英雄



#### 有情有疼心ㄟ厝 – 捐贈家電

台灣松下電器與台南市做工行善團「有情有疼心ㄟ厝」聯手幫助來自單親家庭的東奧國手改善家庭居住環境，捐贈 Panasonic 家電，提升住家生活條件及便利性



### 5.1.2 公益採購

台灣 Panasonic 集團重視弱勢照顧，也長期關注台灣為弱勢發聲的團體，並定期向公益團體採購商品，支持這些為了弱勢群體默默耕耘的熱心人士。

#### 財團法人心路社會福利基金會

台灣松下電腦每年皆固定向心路基金會購買商品，支持身心障礙者的權益改善。2021 年度，台灣松下電腦共向心路基金會購買了台幣 135,000 元的愛心小餅乾作為員工聖誕節禮品



#### 喜憨兒基金會

台灣松下多層材料重視身障者的工作權益。2021 年度，向喜憨兒基金會採購台幣 138,000 元的商品，希望能透過選購公益團體產品保障身障者就業機會



### 5.1.3 公益活動

台灣 Panasonic 集團企業社會責任的意識深植企業內部，員工熱心公益，主動積極參與各項公益活動，提升 Panasonic 的社會影響力。

#### 聖誕愛心市集

台灣松下電材舉辦聖誕愛心市集，邀請各公益團體前來擺攤，而為了促進員工購買公益團體之產品，公司內部更是主動提供園遊券提升員工參與意願



#### 舊鞋救命捐鞋活動

台灣松下電材每周皆設立固定時間設置捐鞋箱，提供員工捐鞋，同時也在內部大力倡導活動，希望能透過員工的愛心幫助經濟弱勢的家庭



### 5.1.4 在地醫療照護

台灣 Panasonic 集團視台灣的醫療照護發展為己責，長年來不斷透過內部員工及自身產品努力改善台灣的醫療品質及環境。從企業的永續理念「Live Your Best」出發，希望能讓在地居民都能享受最好的醫療福祉，身心健康的享受生活。

#### 熱血捐贈 – 從員工出發支持醫療發展

台灣 Panasonic 集團員工每年皆舉辦 4 次捐血活動，透過捐血支持台灣的醫療發展。2021 年度共有 382 人響應捐血，共捐出 645 袋血，榮獲新北市政府感謝狀；自 2014 年至今已捐出 4245 袋血，可見 Panasonic 員工的愛心及精神



#### 抗疫戰士 – 從產品出發支持醫療環境

2021 年適逢新冠肺炎疫情，台灣 Panasonic 集團響應衛福部及電器公會，捐助 100 台 nanoe X 空氣清淨機供衛福部配送，同時也捐贈 150 台 nanoe X 空氣清淨機給台大醫院、亞東醫院和雙和醫院。此外，也配合台積電慈善基金會捐贈「零接觸防疫採檢站」裝設有效抑制新冠病毒 nanoe X 的空調設備，讓醫護人員能有舒適、安心的空間進行採檢作業



## 5.2 文化發展支援

台灣 Panasonic 集團支持台灣多元文化發展，長期以來重視台灣的體育產業環境，也大力推動台灣職業球團的發展。期望能透過提升棒球、籃球的賽事關注度，提升台灣職業體育的環境；另一方面，本著企業要帶給大眾更好生活品質的核心價值，期望讓大眾能受體育文化薰陶自發性的養成運動習慣，提升身體健康素質。

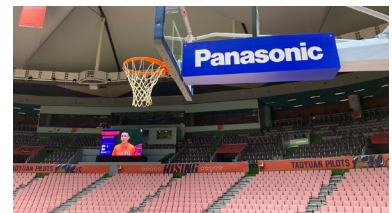
### 樂天棒球隊

台灣早年即養成了非常堅厚的棒球實力。Panasonic 集團深知棒球的發展需要大量的資金支持，近年來不斷贊助職業棒球隊，2021 年度起成為樂天棒球隊的贊助商



### 璞園籃球隊

隨著近年來 NBA 的發展以及年輕族群的喜好，籃球已經成為台灣人關注的國民運動，Panasonic 集團自 2021 年開始贊助璞園籃球隊，期望能推動國民運動的發展，同時也以行動鼓勵員工及大眾以運動充實生活，保持身心健康



### TAIPEI CITY RUN 城市路跑

為了能讓全民共同參與各項運動，台灣 Panasonic 集團於 2021 年 12 月作為最大的贊助商，贊助舉辦「Panasonic TAIPEI CITY RUN 城市路跑」。不僅透過報名抽獎吸引民眾參賽，更是準備了優渥的完賽獎品，激勵參賽者堅持到最後，讓大眾意識到運動的重要性並養成運動習慣，帶動「全民運動」風潮



## 5.3 人才發展培育

台灣 Panasonic 集團為實現永續經營，積極培育在地人才，期許能盡一己之力提供資源，協助年輕學子茁壯成長。

### Panasonic 獎學金

獎學金制度為台灣松下電器於 1987 年創業 25 周年開辦，至今已連續辦理 34 年，2021 年度提供 120 萬的獎學金給優秀學子，持續為台灣家電產業的人才培育盡一份心力



### Panasonic 家電實習器材捐贈

台灣松下電器自 2015 年起，每年提供家電實習器材予高工職校學生學習之用，2021 年提供約 230 萬的家電產品給曾文農工、崑山高工、嘉義高工、南英商工、中正高工五大高職，期望能以事業出發，擴散影響力，培育出優秀的全國電器技術士



### 班班有冷氣 – 偏鄉教育品質照顧

台灣 Panasonic 集團 2021 年度響應政府「班班有冷氣」政策，提供優質產品及服務予全台中小學，也自發性的捐贈了 380 部窗型冷氣，作為全台技職學校、職訓機構及偏鄉中小學校使用



### 產學合作專案 – 台灣科技大學

台灣 Panasonic 集團重視人才發展，積極與學研單位合作開發新技術。2021 年度與台科大合作共同開發「空調設定 EMS 平台系統」，透過台科大具備相關專長的教授指導，並邀請學生每週 3 日進入職場實習，進行產學合作專案



### 產學合作專案 – 雲林科技大學

台灣 Panasonic 集團重視每一次產學合作的機會，2021 年由技術本部與雲林科技大學合作開發台灣 Panasonic 集團新技術「Advanced X 智慧節能管理平台」以及「IAQ 空氣品質改善解決方案」，成果豐碩



## 5.4 環境照顧

為提升社會的環保觀念及習慣，台灣 Panasonic 集團決定從自身做起，從員工自身開始向外擴張倡導環境友善意識。

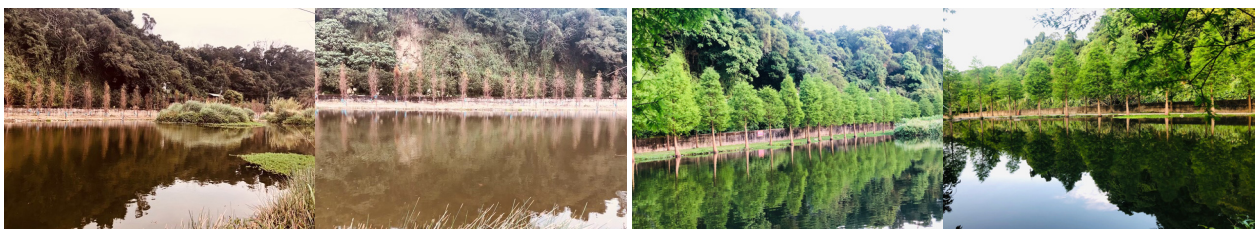
### 環保教育宣導親子活動

2021 年度，台灣松下多層材料共舉辦了 5 場環保教育宣導親子活動，邀請員工及家屬共計 75 人次共同響應，透過身體力行、寓教於樂的方式，倡導環境保護的重要性



### 月眉濕地落羽松植樹造林活動

台灣松下電材為表示對於環境的貢獻與決心，積極與在地政府合作。2019 年度，台灣松下電材響應桃園市政府的月眉濕地落羽松植樹造林活動，之後亦定期進行維護照顧。2021 年度，在松下電材的持續維持下，樹苗已然成長茁壯，也成為當地的著名景點。樹苗的成長不僅僅代表台灣 Panasonic 集團保護環境的決心，「樹」本身也象徵著 Panasonic 集團永續發展的精神



2019 年月眉濕地初栽落羽松幼苗景

2021 年月眉濕地落羽松幼苗茁壯



## 附錄一、補充說明

### 1.2021 年台灣松下電器員工資訊

台灣松下電器股份有限公司的營運區域在台灣，企業的營運活動主要由正式員工進行，離職率約 13.01%，於報導期間內並無重大變化。

分類	男性		女性		總數	
	人數	占比	人數	占比	人數	占比
正式員工 (管理職)	336	28.14%	57	7.35%	393	19.95%
正式員工 (非管理職)	657	55.03%	517	66.62%	1,174	59.59%
職務						
約聘	0	0.00%	1	0.13%	1	0.05%
派遣	201	16.83%	201	25.90%	402	20.41%
總計	1,194	100.00%	776	100.00%	1,970	100.00%

### 2. 永續績效指標

永續績效指標	台灣松下電器	包含台灣 Panasonic 集團其他關係企業
台灣 Panasonic 集團年度營業額	✓	台灣 Panasonic 集團
台灣松下電器 年度營業額	✓	✗
獲獎紀錄	✓	台灣 Panasonic 集團
風險管理	✓	台灣 Panasonic 集團
資安管理	✓	台灣 Panasonic 集團
法規遵循	✓	✗
環境數據	✓	台灣松下電腦 台灣松下電材 台灣松下多層材料
職業健康與安全	✓	台灣松下電腦 台灣松下電材 台灣松下多層材料
公益捐贈金額及活動實績	✓	台灣 Panasonic 集團

## 附錄二、GRI 準則報告指南揭露項目對照表

### 全球永續性指標 GRI 對照表

GRI 準則	揭露項目	對應章節 / URL 及說明	頁碼
GRI 101：基礎 2016( 不包含任何揭露 )			
GRI 102：一般揭露			
102-1	組織名稱	關於本報告書	1
102-2	活動、品牌、產品與服務	百年松下、共融成長	6、35
102-3	總部位置	百年松下	6
102-4	營運據點	穩健經營	22
102-5	所有權與法律形式	關於本報告書	1
102-6	提供服務的市場	穩健經營	22
102-7	組織規模	關於本報告書	1
102-8	員工與其他工作者的資訊	附錄一	88
102-9	供應鏈	共融成長	35
102-10	組織與其供應鏈的重大改變	穩健經營 共融成長	-
102-11	預警原則或方針	穩健經營	22
102-12	外部倡議	關於本報告書	1
102-13	公協會的會員資格	穩健經營	22
102-14	決策者的聲明	百年松下	6
102-15	關鍵衝擊、風險及機會	穩健經營	22
102-16	價值、原則、標準及行為規範	百年松下	6
102-17	倫理相關之建議與關切事項的機制	穩健經營	22
102-18	治理結構	穩健經營	22
102-40	利害關係人團體	百年松下	6
102-41	團體協約	友善職場	67
102-42	鑑別與選擇利害關係人	百年松下	6
102-42	與利害關係人溝通的方針	百年松下	6
102-43	與利害關係人溝通的方針	百年松下	6

102-44	提出之關鍵主題與關注事項	百年松下	6
102-45	合併財務報表中所包含的實體	穩健經營	22
102-46	界定報告書內容與主題邊界	關於本報告書	1
102-47	重大主題表列	百年松下	12
102-48	資訊重編	無此情事	-
102-49	報導改變	無此情事	-
102-50	報導期間	關於本報告書	1
102-51	上一次報告書的日期	關於本報告書	1
102-52	報導週期	關於本報告書	1
102-53	可回答報告書相關問題的聯絡人	關於本報告書	1
102-54	依循 GRI 準則報導的宣告	關於本報告書	1
102-55	GRI 內容索引	附錄二	89
102-56	外部保證 / 確信	附錄三	94
<b>GRI 103 : 一般揭露 2016</b>			
103-1	解釋重大主題及其邊界	百年松下	6
103-2	管理方針及其要素	請參考各項議題內容 請參考各章節	-
103-3	管理方針的評估	請參考各項議題內容 請參考各章節	-

## 重大主題揭露

GRI 準則	揭露項目	對應章節	頁碼
<b>公司治理</b>			
GRI 103 : 管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人議和	12
	103-2 管理方針及其要素	CH1 穩健經營	22
	103-3 管理方針的評估	CH1 穩健經營	22
GRI 102 : 一般揭露 2016	102-18 公司治理架構	1.1 公司治理	23
<b>風險管控</b>			
GRI 103 : 管理方針	103-1 解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2 管理方針及其要素	CH1 穩健經營	22
	103-3 管理方針的評估	CH1 穩健經營	22

無適用 GRI 重大主題		1.2 誠信經營	27	
誠信經營與法規遵循				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH1 穩健經營	22
	103-3	管理方針的評估	CH1 穩健經營	22
GRI 205 : 反貪腐 2016	205-3	已確認的貪腐事件及採取的行動	1.2 誠信經營	27
GRI 206 : 反競爭行為 2016	206-1	反競爭行為、反托拉斯和壟斷行為的法律行動	1.2 誠信經營	27
誠信經營與法規遵循				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH3 綠色共生	51
	103-3	管理方針的評估	CH3 綠色共生	51
GRI 302 : 能源 2016	302-1	組織內部的能源消耗量	3.2 智慧能效	54
GRI 305 : 排放 2016	305-1	直接 (範疇一) 溫室氣體排放	3.3 低碳管理	57
GRI 305 : 排放 2016	305-2	能源間接 (範疇二) 溫室氣體排放	3.3 低碳管理	57
服務品質及顧客滿意度				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH2 共融成長	34
	103-3	管理方針的評估	CH2 共融成長	34
無適用 GRI 重大主題		2.3 顧客服務	37	
隱私保護				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH1 穩健經營	22
	103-3	管理方針的評估	CH1 穩健經營	22
GRI418 : 客戶隱私 2016	408-1	經證實侵犯客戶隱私或遺失客戶資料的投訴	1.3 資訊安全	30

產品安全標示				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH2 共融成長	35
	103-3	管理方針的評估	CH2 共融成長	35
GRI417 : 行銷與標示 2016	417-2	未遵循產品與服務之資訊與標示 相關法規的事件	2.4 品質管理	41
產品與技術創新				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH1 穩健經營	15
	103-3	管理方針的評估	CH1 穩健經營	15
無適用 GRI 重大主題			1.5 創新研究	33
產品生命週期				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH3 綠色共生	15
	103-3	管理方針的評估	CH3 綠色共生	15
GRI 306 : 廢棄物 2020	306-1	廢棄物的產生與廢棄物相關顯著 衝擊	3.4 資源管理	60
GRI 306 : 廢棄物 2020	306-2	廢棄物相關顯著衝擊之管理	3.4 資源管理	60
GRI 306 : 廢棄物 2020	306-4	廢棄物的處置移轉	3.4 資源管理	60
GRI 306 : 廢棄物 2020	306-5	廢棄物的直接處置	3.4 資源管理	60
職場安全與健康				
GRI 103 : 管理方針	103-1	解釋重大主題及其邊界	重大議題鑑別與利害關係人溝通	12
	103-2	管理方針及其要素	CH4 友善職場	66
	103-3	管理方針的評估	CH4 友善職場	66

GRI403 : 職業衛生與安全 2018	403-1	職業衛生安全管理系統	4.4 安全照護	76
GRI403 : 職業衛生與安全 2018	403-2	危害辨識、風險評估、及事故調查	4.4 安全照護	76
GRI403 : 職業衛生與安全 2018	403-3	職業健康服務	4.5 健康衛生維護	79
GRI403 : 職業衛生與安全 2018	403-4	有關職業安全衛生之工作者參與、諮商與溝通	4.5 健康衛生維護	79
GRI403 : 職業衛生與安全 2018	403-5	有關職業安全衛生之工作者訓練	4.4 安全照護	76
GRI403 : 職業衛生與安全 2018	403-9	職業傷害	4.4 安全照護	76

## 附錄三、第三方外部保證



安永聯合會計師事務所

11012 台北市基隆路一段333號9樓  
9F, No. 333, Sec. 1, Keelung Road  
Taipei City, Taiwan, R.O.C.

Tel: 886 2 2757 8888  
Fax: 886 2 2757 6050  
www.ey.com/tw

### 會計師獨立確信報告

台灣松下電器股份有限公司 公鑒

本事務所接受台灣松下電器股份有限公司（以下簡稱台灣松下電器）之委任，對2021年度永續報告書中所選定之標的資訊執行確信程序並出具有限確信報告。本次執行確信程序之標的資訊請詳附件一。

#### 管理階層責任

台灣松下電器管理階層應依照台灣證券交易所「上市公司編製與申報永續報告書作業辦法」及全球永續性報告協會(Global Reporting Initiatives, GRI)所發布之GRI準則(GRI Standards)編製永續報告書，並維持與編製永續報告書有關必要控制，以確保永續報告書所列標的資訊未存有重大不實表達。

#### 本事務所責任

本事務所係依照財團法人中華民國會計研究發展基金會所發布之確信準則公報第一號「非屬歷史性財務資訊查核或核閱之確信案件」之要求規劃並執行有限確信工作。

#### 確信工作

有限確信案件中執行程序之性質及時間與適用於合理確信案件不同，其範圍亦較小，所取得之確信程度明顯低於合理確信案件。為取得有限確信，本事務所於決定確信程序之性質及範圍時曾考量台灣松下電器內部控制之有效性，但目的並非對台灣松下電器內部控制之有效性表示意見。

為作成有限確信之結論，本事務所已執行下列工作：

- 取得及閱讀2021年度永續報告書
- 對參與提供永續績效資訊的相關部門進行訪談，以瞭解並評估編製前述資訊之流程、內部控制與資訊系統
- 基於對上述事項所取得之瞭解，就報告書揭露之特定資訊執行分析性程序，或於必要時抽樣核對相關文件，以獲取足夠及適切之有限確信證據；



### 先天限制

由於諸多確信項目設計非財務資訊，相較於財務資訊之確信受有更多先天性之限制，對於資料之相關性、重大性及正確性等之質性解釋，則更取決於個別之假設及判斷。

### 品質管制與獨立性

本事務所遵循審計準則公報第四十六號會計師事務所之品質管制之規範，建立並維護完備之品質管制制度，包含遵循職業道德規範、專業準則及所適用法令相關之書面政策及程序。本所亦遵循會計師職業道德規範中有關獨立性及其他道德規範之規定，該規範之基本原則為正直、公正客觀、專業能力及盡專業上應有之注意、保密及專業態度。


### 結論

依據本事務所所執行之程序及所獲取之證據，未發現確信標的資訊有未依照適用基準編製而須作重大修正之情事。

### 其他事項

本確信報告出具後，台灣松下電器對任何確信標的或適用基準之變更，本會計師將不負就該等資訊重新執行確信工作之責任。

安永聯合會計師事務所

會計師：呂倩雯 



民國一一年七月十一日





附件一：

編號	章節	內文標題	標的資訊	適用基準																																																										
1	第一章	穩健營運治理	2021 年度並未有任何顧客或監管機關的違反客戶隱私投訴案件發生。	台灣松下電器 2021 財務年度有關個資外洩之情事統計。																																																										
2	第二章	邁步共融成長	重大違反遵循產品與服務之資訊與標示相關法規的事件 0 次。	台灣松下電器 2021 財務年度有關產品與服務的健康和安全法規和自願性規約違規的事件統計。																																																										
3	第四章	打造友善職場	<p>台灣松下電器新進率與離職率</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th rowspan="2">性別</th> <th rowspan="2">年齡</th> <th colspan="2">新進員工</th> <th colspan="2">離職員工</th> </tr> <tr> <th>人數</th> <th>比率</th> <th>人數</th> <th>比率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="4">男</td> <td>29 歲含(以下)</td> <td>84</td> <td>5.36%</td> <td>91</td> <td>5.80%</td> </tr> <tr> <td>30~50 歲</td> <td>18</td> <td>1.15%</td> <td>23</td> <td>1.47%</td> </tr> <tr> <td>50 歲以上</td> <td>0</td> <td>0.00%</td> <td>21</td> <td>1.34%</td> </tr> <tr> <td>小計</td> <td>102</td> <td>6.51%</td> <td>135</td> <td>8.61%</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">女</td> <td>29 歲含(以下)</td> <td>7</td> <td>0.45%</td> <td>34</td> <td>2.17%</td> </tr> <tr> <td>30~50 歲</td> <td>36</td> <td>2.30%</td> <td>29</td> <td>1.85%</td> </tr> <tr> <td>50 歲以上</td> <td>0</td> <td>0.00%</td> <td>6</td> <td>0.38%</td> </tr> <tr> <td>小計</td> <td>43</td> <td>2.74%</td> <td>69</td> <td>4.40%</td> </tr> <tr> <td>總計</td> <td></td> <td>145</td> <td>9.25%</td> <td>204</td> <td>13.01%</td> </tr> </tbody> </table>	性別	年齡	新進員工		離職員工		人數	比率	人數	比率	男	29 歲含(以下)	84	5.36%	91	5.80%	30~50 歲	18	1.15%	23	1.47%	50 歲以上	0	0.00%	21	1.34%	小計	102	6.51%	135	8.61%	女	29 歲含(以下)	7	0.45%	34	2.17%	30~50 歲	36	2.30%	29	1.85%	50 歲以上	0	0.00%	6	0.38%	小計	43	2.74%	69	4.40%	總計		145	9.25%	204	13.01%	<p>台灣松下電器 2021 年依據性別及年齡區間之新進人數除以報導期間結束時總員工人數之比率。</p> <p>台灣松下電器 2021 年依據性別及年齡區間之離職人數除以報導期間結束時總員工人數之比率。</p>
性別	年齡	新進員工				離職員工																																																								
		人數	比率	人數	比率																																																									
男	29 歲含(以下)	84	5.36%	91	5.80%																																																									
	30~50 歲	18	1.15%	23	1.47%																																																									
	50 歲以上	0	0.00%	21	1.34%																																																									
	小計	102	6.51%	135	8.61%																																																									
女	29 歲含(以下)	7	0.45%	34	2.17%																																																									
	30~50 歲	36	2.30%	29	1.85%																																																									
	50 歲以上	0	0.00%	6	0.38%																																																									
	小計	43	2.74%	69	4.40%																																																									
總計		145	9.25%	204	13.01%																																																									



4	第四章	打造 友善 職場	台灣松下電器使用育嬰假人數			台灣松下電器 2021 年申請育嬰留停實際復職人數除以報導期間結束時申請於 2021 年復職人數。	
				男性	女性		總計
			A：2021 年度申請育嬰留停總人數	2	3		5
			B：申請於 2021 年復職人數	0	2		2
			C：2021 年度實際復職人數	0	2		2
			D：2020 年育嬰留停復職後持續工作一年人數	0	3		3
			E：2020 年育嬰留停復職人數	2	4		6
			復職率%= C/B	NA	100.00%		100.00%
留任率%= D/E	0.00%	75.00%	66.67%				
5	第三章	綠色 共生	本年度無任何環境法規相關違規事項。			台灣松下電器 2021 財務年度有關環境法律及/或法規違反之情事統計。	

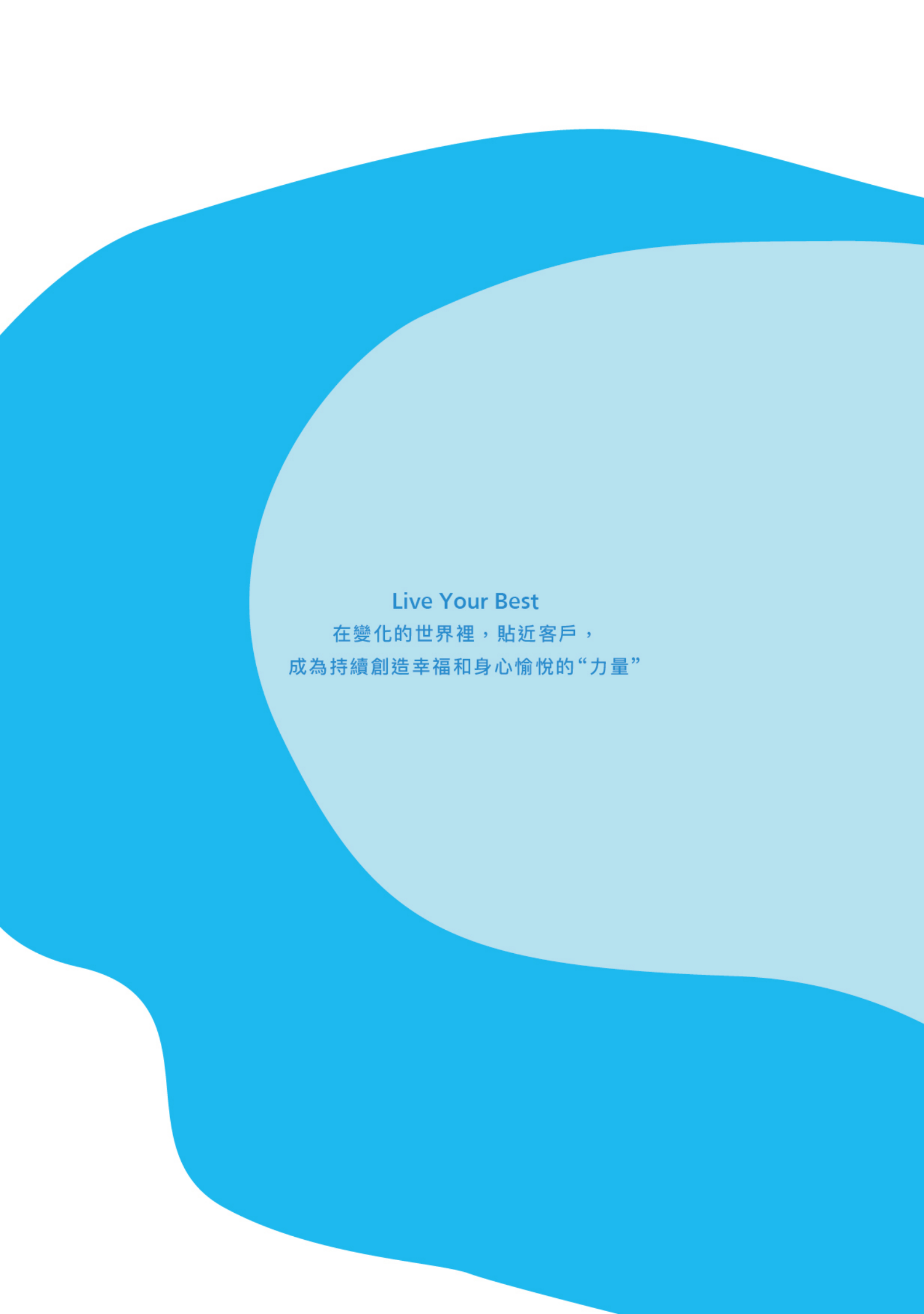
## 2021 編輯委員會名單 (職稱略)

✓ 主 編	林淵傳		
✓ 副 主 編	宮原敏文	辻元慎也	張啟元
✓ 編輯委員			
台灣松下電器	倪淑慧	詹彬宏	葉春伸
	魏文英	楊淑慧	蕭朝欽
	陳麗瓊	謝博宏	潘天立
	林詩揚	吳耀任	陳進誠
	陳來傳	賴基尉	陳文溪
	楊博翔	黃家豪	黎美玲
	黃玳嘉		
台灣松下銷售	林秀鈴	蕭乃卉	單明萱
	蔡正中	王怡元	
松下產業科技	于耀宗		
台灣松下營造	曹一德		
台灣松下電材	伍怡安		
台灣松下多層材料	賴佳穗		
台灣松下電腦	曾貴瑛		

台灣 Panasonic 集團 2022 年 7 月印製

本刊物紙張符合 FSC™ COC 認證及使用植物大豆油墨印刷





**Live Your Best**

在變化的世界裡，貼近客戶，  
成為持續創造幸福和身心愉悅的“力量”